

PERSPECTIVES D'AVENIR APRÈS
vingt ans...

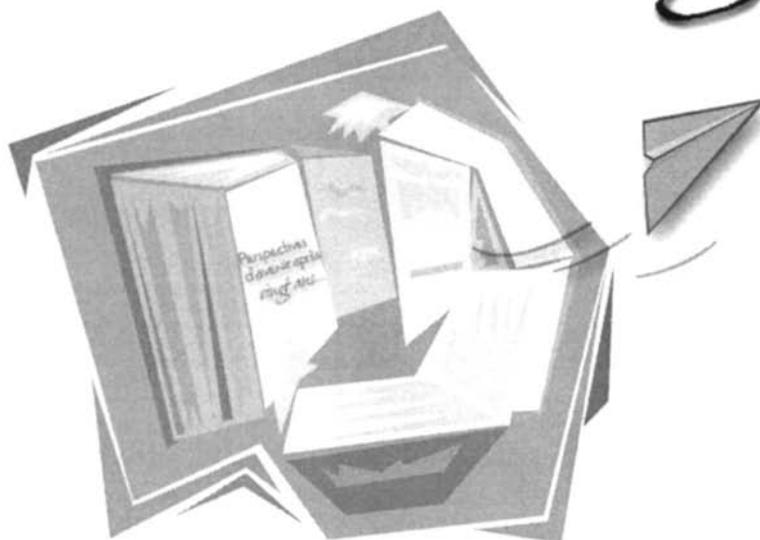


RECHERCHE
JUN 2003



REGROUPEMENT DES CENTRES D'ALPHABÉTISATION MOT À MOT

PERSPECTIVES D'AVENIR APRÈS *vingt ans...*



RECHERCHE

- Revalorisation de la formation dans un contexte d'alphabétisation populaire
- Efficacité de la sensibilisation et du recrutement auprès de populations rurales

JUIN 2003

Cette recherche a été subventionnée dans le cadre des Initiatives fédérales provinciales conjointes en matière d'alphabétisation.

Collaboration

COORDINATION DU PROJET

Contenu de la recherche :
Administration :

Claudette Bérubé
Madeleine Boily

RECHERCHE ET RÉDACTION

Jean-Marie Perron,
Consultant de *FormAction*

SECRÉTARIAT ET MISE EN PAGE

Valéry Fradet

GRAPHISME

Sandra McLeod

CORRECTION

Claudette Bérubé
Jean-Paul Létourneau
Alain Perron

FINANCEMENT

Initiatives fédérales provinciales conjointes en
matière d'alphabétisation (IFPCA)

Dans le but d'alléger le texte, nous utiliserons le masculin de façon générique lorsqu'il renvoie à des personnes

REMERCIEMENTS



Nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont participé à cette recherche et plus particulièrement :

-les apprenants des Centres Mot à Mot de Bégin, de St-Charles-de-Bourget, de St-Ambroise et de Shipshaw. Ils nous ont donné une grande collaboration et sans eux, cette recherche n'aurait pu avoir lieu,

-les responsables des organismes du milieu dans chacune des quatre municipalités qui ont eux aussi alimenté l'objet de cette recherche de leurs points de vue et de leurs commentaires,

-l'équipe des quatre responsables des Centres Mot à Mot :

Madame Madeleine Boily
Madame Claudette Bérubé
Madame Linda Villeneuve
Madame Ginette Dufour

-Madame Isabelle Coulombe, agente de recherche au MEQ ; elle a su à chaque fois que nous le demandions, enrichir de ses avis et commentaires, notre démarche méthodologique,

-Madame Claudette Bérubé qui a élargi son mandat de coordination par ses commentaires, ses réflexions, ses avis pertinents. Merci aussi pour son support constant et sa grande disponibilité.



Certaines sont retournées à la maison moins préoccupées par les devoirs de leurs enfants. D'autres, plus sûres d'elles-mêmes sont maintenant capables de donner leur point de vue à la réunion de l'AFEAS.

Il n'osait pas écrire, faisant remplir les formulaires par sa conjointe, de peur de faire trop de fautes.

Jamais il ne pouvait vérifier si on lui avait rendu la monnaie exacte.

Elle fait maintenant des économies parce qu'elle est capable de payer ses factures au guichet automatique.

Du Centre Mot à Mot à l'éducation des adultes où elle a obtenu son diplôme secondaire, elle a réalisé son rêve de faire son cours en décoration au Centre professionnel.

Autant d'apprenants et d'apprenantes, autant de besoins et chacun ses réussites.

Autant de réussites, autant de valorisation pour nous les formatrices à voir nos apprenants fiers d'eux-mêmes.

Mais voilà qu'avec les années on questionne ce qu'on fait, avec qui on le fait et comment on le fait.

Des compétences en lecture et en écriture nous en sommes maintenant aux apprentissages à l'ordinateur. À quels besoins répondre ? Reconnaît-on les bons besoins chez les bonnes personnes ?

Celles peu scolarisées qui se font de moins en moins présentes dans nos Centres ou celles qui veulent s'initier aux nouvelles technologies et qui prennent leur place.

Que sont devenues ces personnes analphabètes de nos municipalités ? Comment les rejoindre pour leur faire découvrir la satisfaction de connaître et faire tomber ces barrières d'un manque de compétences et cette forteresse de peurs et de préjugés?

Que de questions après vingt ans d'alphabétisation à Bégin, à St-Charles-de-Bourget, à St-Ambroise et à Shipshaw ! Voilà la trame de cette recherche sur laquelle nous comptons pour bâtir le cadre de meilleures relations avec nos alliés ; nous comptons sur les résultats pour nous guider vers celles et ceux qui sont la raison d'être de nos Centres depuis vingt ans.

Engagées dans cette recherche nous voulons utiliser ses résultats pour mieux dessiner nos **perspectives d'avenir.**

Claudette Bérubé
Coordonnatrice de la recherche

Table des matières



COLLABORATION	I
REMERCIEMENT	III
AVANT-PROPOS	V
TABLE DES MATIÈRES	VII
LISTE DES TABLEAUX	XI
INTRODUCTION	1
1. PRÉSENTATION DU CONTEXTE	3
1.1 MILIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUES	3
1.1.1 Bégin	3
1.1.2 St-Charles-de-Bourget	5
1.1.3 St-Ambroise	6
1.1.4 Shipshaw	7
1.2 ORGANISMES DE FORMATION	9
1.2.1 Regroupement des Centres Mot à Mot	9
1.2.2 Centre Mot à Mot de Bégin	9
1.2.3 Centre Mot à Mot de St-Charles de Bourget	11
1.2.4 Centre Mot à Mot de Saint-Ambroise	11
1.2.5 Centre Mot à Mot de Shipshaw	12
2. PROBLÉMATIQUE DE LA RECHERCHE	15
2.1 FORMATION	15
2.2 SENSIBILISATION ET RECRUTEMENT	15
3. MÉTHODE DE RECHERCHE	19
3.1 MÉTHODE ADOPTÉE, APPROCHE ET POURQUOI ?	19
3.2 CHOIX DES OUTILS DE CUEILLETTE DE DONNÉES ?	19
3.3 ÉCHANTILLON POUR CHAQUE VOLET DE LA RECHERCHE, CHOIX, SÉLECTION	20
3.3.1 Échantillonnage des apprenants	20
3.3.2 Échantillonnage des organismes	21
3.4 LA COLLECTE DE DONNÉES, PROCÉDURES	22
3.4.1 Groupe des apprenants	22
3.4.2 Groupe des organismes	23
3.5 LES RÉSULTATS	23

3.5.1	Formation.....	23
3.5.2	Sensibilisation-Recrutement.....	24
3.6	LIMITES ET CONTRAINTES.....	25
3.6.1	Formation.....	25
3.6.2	Sensibilisation-recrutement.....	25
3.7	PLAN D'ANALYSE.....	25
3.7.1	Formation.....	25
3.7.2	Sensibilisation-recrutement.....	26
4.	ANALYSE DES RÉSULTATS, VOLET: FORMATION.....	27
4.1	CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES.....	27
4.1.1	Âge.....	27
4.1.2	Sexe.....	27
4.2.	LES ANTÉCÉDENTS SCOLAIRES.....	29
4.2.1	Niveau d'arrêt de l'école.....	29
4.2.2	raison de l'arrêt scolaire.....	31
4.3	INSCRIPTION.....	32
4.3.1	Incitatif à l'inscription.....	32
4.3.2	Raison de l'inscription.....	33
4.3.3	Objectifs et suivi.....	34
4.4	PORTRAIT DE LA FRÉQUENTATION.....	35
4.4.1	Répartition.....	35
4.4.2	Durée.....	35
4.4.3	Intensité.....	36
4.5	ÉVALUATION DE LA FORMATION.....	37
4.5.1	Niveau de valorisation.....	37
4.5.2	Satisfaction de la formation.....	37
4.5.3	Bénéfices de la formation.....	38
4.6	COMPÉTENCES ACQUISES.....	40
4.6.1	Compétences en écriture.....	40
4.6.2	Compétence en lecture.....	41
4.6.3	Compétence en calcul.....	42
4.6.4	Compétence en informatique.....	43
4.6.5	Autres compétences.....	45
4.7	RAISON DU DÉPART.....	46
4.8	DIFFICULTÉS RENCONTRÉES.....	47
4.9	ATTEINTE DES OBJECTIFS.....	48

4.10	COMMENTAIRES SUR LES CENTRES MOT À MOT OU LA FORMATION	51
5.	ANALYSE DES RÉSULTATS, VOLET: SENSIBILISATION ET RECRUTEMENT	52
5.1	CONNAISSANCE DE L'ALPHABÉTISATION.....	52
5.1.1	Connaissance du problème	52
5.2	CONNAISSANCE DES CENTRES MOT À MOT.....	53
5.2.1	Connaissance de l'organisme.....	53
5.2.2	Rôle de l'organisme	55
5.2.3	Clientèle	56
5.2.4	Localisation.....	56
5.3	PUBLICITÉ	57
5.3.1	Connaissance de la publicité.....	57
5.3.2	Évaluation de la publicité.....	58
5.3.2.1	Évaluation qualitative de la publicité.....	58
5.3.3	Importance et efficacité de la publicité.....	59
5.4	L'ORGANISME ET L'ALPHABÉTISATION.....	61
5.4.1	Perception des besoins chez les membres.....	61
5.4.2	Intervention pertinente auprès de membres	62
5.5	PERCEPTION DES CENTRES MOT À MOT	63
6.	APERÇUS ET PERSPECTIVES	68
6.1	SYNTHÈSE DU VOLET FORMATION	68
6.1.1	Pourquoi le nombre d'apprenants analphabètes diminue dans les Centres Mot à Mot ?.....	68
6.1.2	Est-ce que la formation dispensée répond aux attentes ?.....	69
6.1.3	Est-ce que les apprenants développent les habiletés recherchées ?	69
6.2	RECOMMANDATIONS	70
6.3	SENSIBILISATION-RECRUTEMENT	71
6.3.1	Est-ce que la publicité qui est faite collabore à mieux faire connaître les Centres Mot à Mot auprès des organismes ?	71
6.3.2	Se sentent-ils concernés par 'analphabétisme ?	71
6.3.3	Qu'est-ce qui est le plus susceptible d'inciter une personne à s'inscrire?	72
6.4	RECOMMANDATIONS	73

CONCLUSION	75
BIBLIOGRAPHIE	77
ANNEXES.....	79
ANNEXE 1	81
ANNEXE 2.....	87
ANNEXE 3.....	92

Liste des tableaux

1. Âge des participants
2. Sexe des participants
3. Répartition âge/sexe des participants
4. Niveau de cessation de la fréquentation scolaire
5. Âge de cessation de la fréquentation scolaire
6. Niveau de formation complétée
7. Raison de la cessation de la fréquentation
8. Incitatif à l'inscription
9. Raison de l'inscription

- 10-A. Objectif à l'inscription
- 10-B. Suivi de l'objectif
11. Portrait de la fréquentation
12. Durée de la fréquentation
13. Intensité de la fréquentation
14. Valorisation par la fréquentation
15. Satisfaction de la formation
- 16-A. Apports dans la vie personnelle
- 16-B. Apports dans la vie familiale
- 16-C. Apports dans la vie sociale
- 16-D. Apports dans la vie professionnelle
17. Compétence en écriture
- 18-A. Compétence en lecture
- 18-B. Fréquence de la lecture
19. Compétence en calcul
20. Compétence en informatique
21. Autres compétences
22. Raison de la cessation de la fréquentation
23. Atteinte des objectifs
24. Comparaison à l'arrivée et à la cessation
25. Existence d'un problème d'analphabétisme
26. Évaluation du problème
27. Connaissance de l'existence du Centre Mot à Mot
28. Rôle du Centre Mot à Mot
29. La clientèle du Centre Mot à Mot
30. Publicité sur l'alpha (organismes)

31. Connaissance de la publicité (apprenants)
32. Qualité de la publicité faite (organismes)
33. Qualité de la publicité faite (apprenants)
34. Niveau de la publicité

35. Le meilleur média (apprenants)

36. Perception des besoins (organismes)
37. Interventions pertinentes (organismes)
38. Type d'intervention (organismes)
39. Perception du Centre Mot à Mot par la population (apprenants)
40. Recommandations (organismes)
41. Rôle de l'organisme en alpha (organismes)
42. Collaboration avec le Centre Mot à Mot

Introduction

Historique du projet

Le Regroupement des Centres Mot à Mot de Bégin, St-Charles-de-Bourget, St-Ambroise et Shipshaw est à la veille de fêter sa vingtième année d'alphabétisation en 2004. Initiée par des bénévoles, la formation a évolué au rythme des valeurs sociales, de la tombée des préjugés, de l'organisation des contenus, des supports financiers du gouvernement, de la technologie et, bien sûr, de l'intérêt des personnes faiblement scolarisées.

Vingt ans pendant lesquelles les quatre équipes ont formé des gens de leur milieu. Elles ont aussi sensibilisé les populations au nombre important d'analphabètes et à la nécessité de les outiller pour leur permettre de s'adapter et d'occuper une place valorisante dans notre société.

Constamment, les responsables des Centres Mot à Mot ont eu la préoccupation de donner une formation la plus adaptée possible aux besoins des gens. L'arrivée des technologies de l'information et de la communication est venue amplifier l'action des Centres auprès de la population dans leur milieu rural.

Maintenant, l'équipe de formatrices s'interroge sur les services offerts par leur Centre respectif et la validité de leur action auprès d'une population plus démunie dans les compétences de base : la lecture, l'écriture et le calcul.

Après vingt ans, plusieurs centaines d'apprenants et d'apprenantes ont fréquenté les Centres souvent pendant plusieurs années. Conscientes de ne répondre que partiellement aux besoins de la population, les formatrices interrogent leur façon de faire et leur mode de recrutement pour attirer ceux et celles qui ne se sont pas sentis concernés par la formation dispensée dans leur municipalité.

Objet de la recherche

L'objet de la recherche porte sur la formation, la sensibilisation et le recrutement dans quatre milieux ruraux bien typiques ; voilà les éléments fondamentaux de cette recherche que nous avons menée en collaboration avec le Regroupement des Centres Mot à Mot.

Au départ, trois grands objectifs ont orienté l'élaboration du projet présenté et subventionné par l'I.F.P.C.A.

- 1) Vérifier la pertinence de la formation en réponse aux besoins des personnes peu scolarisées
- 2) Vérifier la place occupée par les Centres Mot à Mot dans leur milieu
- 3) Vérifier l'efficacité des moyens choisis pour assurer la sensibilisation et le recrutement dans le milieu.

Les résultats de cette recherche offrent un certain nombre de réponses à ces questionnements. Les réponses nous proviennent de deux groupes d'échantillon choisis dans chacun des quatre milieux des apprenants et des organismes.

Nous présenterons les résultats sous les deux grands volets de questionnement :

- la formation**
- la sensibilisation-recrutement.**

Ce document se divise en quatre parties. En premier lieu, un bref portrait des milieux socio-économiques et de leur Centre de formation respectif. Puis nous définirons le cadre de la recherche et les conditions dans lesquelles elle a été menée.

En deuxième temps, sous le volet formation, nous analyserons les résultats des entretiens avec les apprenants, à partir des éléments descriptifs, des caractéristiques sociales et scolaires et de leur démarche en alphabétisation.

Les analyses feront aussi ressortir l'impact et l'importance de la publicité ceci à partir des données recueillies auprès des mêmes apprenants et des responsables des organismes dans leur milieu.

Enfin, nous souhaitons que les résultats de cette recherche amorcent une nouvelle étape d'une plus grande concertation entre les Centres de formation eux-mêmes et leur milieu respectif. En même temps, nous souhaitons que l'appropriation de ces résultats valorise les agentes de formation et continue à leur donner le goût de donner priorité aux personnes qu'elles accueillent et ce, dans la perspective de les amener à jouer un rôle valorisant dans notre société moderne.

Présentation du contexte

de la recherche

Dans ce chapitre, nous présenterons sommairement les milieux socio-économiques dans lesquels les Centres Mot à Mot se sont taillés une place depuis 20 ans. Sous un modèle unique, nous donnerons quelques caractéristiques des municipalités concernées permettant de mieux comprendre le milieu, notamment le nombre de personnes n'ayant pas atteint un niveau de scolarité de certification du secondaire, représentant ainsi une clientèle potentielle pour les Centres Mot à Mot. Les données de ces descriptions proviennent de Statistique Canada, 2001.

Par la suite, chacun des Centres décrira d'un bref énoncé ses objectifs et activités principales.

1.1 MILIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUES

1.1.1 Bégin

Population : 924 habitants ; municipalité dont la population est en décroissance.

Répartition de la population par tranches d'âge :

0-4 ans	5-14 ans	15-19 ans	20-24 ans	25-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans +
65	145	70	75	275	120	100	85

Scolarité

Personnes ayant un niveau inférieur à un certificat d'études secondaires réparties par tranches d'âge.

20-44 ans 24. %	45-64 ans 56,8%	Nombre total de personnes sans certificat secondaire	
85	125	210	22.7%

Taux de chômage dans la municipalité

31,6%

Caractéristiques économiques :

Nombre et pourcentage d'entreprises par secteur d'activités économiques et nombre d'employés.

Primaire (agriculture, forêt)

8 Entreprises 33,3% 42 employés

Secondaire (manufacturier et construction)

2 Entreprises 8,3% 42 employés

Tertiaire (services liés à la production, la consommation et gouvernementaux)

14 Entreprises 58,3% 61 employés

Revenu familial moyen : 34 547 \$

Nombre de familles : 270

Nombre d'enfants par famille : 2.6

Autres caractéristiques :

- École primaire de moins de 100 élèves
- Services variés pour la population
- Municipalité *isolée géographiquement* (45 minutes / Jonquière)

1.1.2 St-Charles-de-Bourget

Population : 705 habitants ; la population est en décroissance

Répartition de la population par tranches d'âge :

0-4 ans	5-14 ans	15-19 ans	20-24 ans	25-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans +
30	100	50	55	200	110	80	65

Scolarité

Personnes ayant un niveau inférieur à un certificat d'études secondaires réparties par tranches d'âge.

20-44 ans 20.8%	45-64 ans 34%	Nombre total de personnes sans certificat secondaire	
53	64	117	16.5%

Taux de chômage dans la municipalité

15,9%

Caractéristiques économiques :

Nombre et pourcentage d'entreprises par secteur d'activités économiques et nombre d'employés

Primaire (agriculture, forêt)

8 Entreprises 40,0% 25 employés

Secondaire (manufacturier et construction)

30 Entreprises 15,0% 12 employés

Tertiaire (services liés à la production, la consommation et gouvernementaux)

9 Entreprises 45% 26 employés

Revenu familial moyen : 47 443 \$

Nombre de familles : 215

Nombre d'enfants par famille : 2.8

Autres caractéristiques :

- Petite municipalité rurale en déclin comme le sont aussi les services offerts à la population
- Niveau d'appartenance moyen
- École primaire avec moins de 100 élèves

1.1.3 St-Ambroise

Population : 3 453 habitants ; la population est en décroissance

Répartition de la population par tranches d'âge:

0-4 ans	5-14 ans	15-19 ans	20-24 ans	25-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans +
170	495	295	280	1040	500	360	340

Scolarité

Personnes ayant un niveau inférieur à un certificat d'études secondaires réparties par tranches d'âge.

20-44 ans 24,6%	45-64 ans 38,9%	Nombre total de personnes sans certificat secondaire	
324	335	659	19%

Taux de chômage dans la municipalité

18,7%

Caractéristiques économiques :

Nombre et pourcentage d'entreprises par secteur d'activités économiques et nombre d'employés

Primaire (agriculture, forêt)

33 Entreprises 22,3% 322 employés

Secondaire (manufacturier et construction)

17 Entreprises 11,5% 135 employés

Tertiaire (services liés à la production, la consommation et gouvernementaux)

98 Entreprises 61,2% 438 employés

Revenu familial moyen : 45 769 \$

Nombre de familles : 1 050

Nombre d'enfants par famille : 2,6

Autres caractéristiques :

- Municipalité rurale avec un niveau important de services
- École primaire et secondaire
- Niveau d'appartenance de la population très élevé
- À 26 kilomètres de Jonquière
- Services gouvernementaux : santé et services sociaux.

1.1.4 Shipshaw

Population : 2 878 habitants ; population en légère croissance

Répartition de la population par tranches d'âge :

0-4 ans	5-14 ans	15-19 ans	20-24 ans	25-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans +
170	365	235	220	850	570	250	205

Scolarité

Personnes ayant un niveau inférieur à un certificat d'études secondaires réparties par tranches d'âge.

20-34 ans 14.1%	45-64 ans 27.9%	Nombre total de personnes sans certificat secondaire	
151	228	379	13,16%

Taux de chômage dans la municipalité

8,2%

Caractéristiques économiques :

Nombre et pourcentage d'entreprises par secteur d'activités économiques et nombre d'employés.

Primaire (agriculture, forêt)

11 Entreprises 14,5% 39 employés

Secondaire (manufacturier et construction)

14 Entreprises 18,4% 78 employés

Tertiaire (services liés à la production, la consommation et gouvernementaux)

51 Entreprises 67,1% 178 employés

Revenu familial moyen : 54 455 \$

Nombre de familles : 840

Nombre d'enfants par famille : 2.8

Autres caractéristiques :

- Municipalité dortoir de Jonquière et Chicoutimi, villes voisines
- Beaucoup de professionnels de l'éducation, de la santé et des services sociaux
- Travailleurs de l'Alcan / Abitibi-Price
- Moyenne salariale parmi les plus élevées de la région
- Le niveau de scolarisation est lui aussi relativement élevée (8)
- Municipalité avec peu de services
- Situé à 13km de Jonquière

TABLEAU SYNTHÈSE

Le tableau qui suit regroupe les populations faiblement scolarisées des quatre municipalités que nous venons de décrire.

D'abord, un rapide constat fait ressortir certaines caractéristiques de ces populations.

On retrouve à Bégin le pourcentage le plus élevé des personnes moins scolarisées soit 23%. En référence à ce taux, il est curieux de constater que plus on se rapproche de la municipalité urbaine voisine et plus ce pourcentage a tendance à diminuer.

Dans toutes les municipalités, mise à part St-Charles-de-Bourget où il est à peu près équivalent, le nombre de personnes de la tranche d'âge des 45-64 ans est de beaucoup supérieure à celle inférieure des 20-44 ans.

RÉPARTITION DE LA POPULATION N'AYANT PAS DE CERTIFICAT D'ÉTUDES SECONDAIRES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE DES QUATRE CENTRES

Municipalité	20-44 ans	45-64 ans	Nombre total	Pourcentage
Bégin	85	130	215	23%
St-Ambroise	305	335	640	18,4%
St Charles de B.	61	65	126	17,9%
Shipshaw	151	228	379	13,16%
Total	593	761	1 354	18,11%

(Statistique Canada 2001)

Il est bien certain qu'une partie de ces gens ont déjà suivi des ateliers de formation au Centre Mot à Mot de leur municipalité. On peut toutefois penser qu'un nombre important de ceux-ci aurait encore besoin de formation initiale. Les quatre Centres auraient donc un bassin relativement important d'apprenants.

1.2 ORGANISMES DE FORMATION

1.2.1 Regroupement des Centres Mot à Mot

Le regroupement des Centres Mot à Mot est une corporation sans but lucratif créée en 1989 en réponse à une exigence du Ministère de l'Éducation pour les organismes volontaires d'éducation populaire (OVEP).

Le conseil d'administration est composé de deux représentants par Centre de formation et assure la responsabilité administrative et financière des Centres Mot à Mot. Chaque Centre a une complète autonomie en ce qui regarde la formation, la sensibilisation et le recrutement et l'utilisation des ressources financières qui lui sont attribuées.

Les questionnements liés à cette recherche proviennent des responsables de Centre mais celle-ci est réalisée sous la responsabilité du Regroupement auquel sera soumis le rapport final.

1.2.2 Centre Mot à Mot Bégin

Le Centre Mot à Mot Bégin a été créé en 1983. Dès la deuxième année, le Centre se joint aux trois autres de la zone rurale pour élaborer en commun des projets qui assureront la collaboration du MEQ dans le financement de la formation.

Le Centre Mot à Mot Bégin dessert la population de la Municipalité de Bégin avec ses 924 habitants (Statistique Canada 2001). De ce nombre, selon les estimations de l'EIAA (Enquête Internationale sur l'alphabétisation des adultes) (1994), on évalue à environ 195 les personnes n'ayant pas de certificat d'études secondaires. Toutefois, les dernières données de Statistique Canada (2001) indiquent plutôt 210 personnes.

Le Centre est situé à l'école primaire St-Jean et partage une section avec un organisme communautaire, section qui leur est réservée. Le Centre semble être bien connu de sa population comme organisme dispensant de la formation.

Au cours des cinq dernières années, le Centre Mot à Mot Bégin a rejoint et inscrit à sa formation 52 personnes pour des durées variables selon les personnes.

Les objectifs du Centre sont :

- améliorer la formation de base en français, calcul et informatique ;
- améliorer le matériel pédagogique ;
- informer la population et recruter les personnes ayant besoin de formation de base ;
- offrir à la population des ateliers de formation.

Les activités du Centre sont :

- ateliers d'accueil et d'évaluation ;
- ateliers d'alphabétisation (français et calcul) le jour et le soir ;
- ateliers d'initiation à l'informatique ;
- ateliers des réalités sociales :
 - montage d'un calendrier des occasions spéciales
 - montage d'un agenda des apprenants
 - atelier de tai chi
 - atelier d'utilisation du guichet automatique
- développement d'outils de promotion
- activités spécifiques :
 - activités culturelles, spectacles (Québecissime, Chansons pour vos yeux)
- Partenaires :
 - Municipalité de Bégin
 - Bibliothèque municipale
 - École primaire St-Jean
 - Commission scolaire de la Jonquière
- Particularité :
 - Le Centre est reconnu comme Centre d'accès communautaire informatique

1.2.3 Centre Mot à Mot St-Charles-de-Bourget

Le Centre Mot à Mot St-Charles-de-Bourget a été fondé en 1984. Dès le départ, le Centre s'est associé aux trois autres pour l'élaboration de projets communs de financement auprès du MEQ. Le Centre dessert la population de la municipalité avec ses 703 habitants.

Selon les estimations de l'EIAA, on retrouverait environ 150 personnes n'ayant pas obtenu un certificat d'études secondaires. Les dernières données de Statistique Canada (2001) démontrent plutôt que la population adulte n'ayant pas ce niveau de formation serait de l'ordre de 117 personnes.

Très bien intégré dans les locaux de l'école primaire de la municipalité, le Centre semble être connu comme service à la population.

Au cours des cinq dernières années, le Centre Mot à Mot St-Charles-de-Bourget a dispensé de la formation à une quinzaine de personnes différentes.

Les objectifs du Centre sont :

- améliorer la formation de base en français, calcul et informatique ;

- améliorer le matériel pédagogique ;
- informer la population et recruter les personnes ayant besoin de formation de base ;
- offrir à la population des ateliers de formation ;

Les activités du Centre sont :

- atelier d'accueil et d'évaluation ;
- atelier d'alphabétisation (français et calcul) le jour et le soir ;
- atelier des réalités sociales :
 - graphologie
 - généalogie
- développement de matériel pédagogique ;
- développement d'outils de promotion.

Partenaire :

- La Commission scolaire de la Jonquière jusqu'en 1999-2000

Particularités :

- L'intégration du français, du calcul et de l'informatique dans les ateliers.

1.2.4 Le Centre Mot à Mot St-Ambroise

Le Centres Mot à Mot St-Ambroise a été fondé en 1983. La responsable du Centre collabore dès le début avec les autres Centres à élaborer des projets communs qui assura le financement des activités de formation.

Le Centre dessert la population de la municipalité de St-Ambroise avec ses 3 463 habitants.

Selon les estimations de l'EIAA, on retrouverait environ 725 personnes n'ayant pas obtenu un certificat d'études secondaires. Les dernières données de Statistique Canada (2001) démontrent plutôt que la population adulte n'ayant pas ce niveau de formation serait de l'ordre de 659 personnes.

Le Centre Mot à Mot de St-Ambroise est situé dans le complexe socioculturel de la municipalité et semble être connu par la population comme un service public.

Au cours des cinq dernières années, le Centre a accueilli environ 60 apprenants différents, inscrits à des ateliers de formation.

Objectifs du Centre :

- améliorer la formation de base en français, en calcul et en informatique ;
- améliorer le matériel pédagogique ;

- informer la population et recruter les personnes ayant besoin de formation de base ;
- offrir à la population des ateliers de formation ;

Les activités du Centre sont :

- ateliers d'accueil et d'évaluation ;
- ateliers d'alphabétisation (français et calcul) le jour ;
- ateliers d'initiation à l'informatique avec le français et le calcul intégrés
- ateliers des réalités sociales
 - histoire des premiers colonisateurs
 - calendrier
 - concours d'écriture (salon du Livre)

Partenaires :

- ABCS-Municipalité de St-Ambroise
- CACI (Centre d'accès communautaire en informatique)
- La Commission scolaire de la Jonquière

1.2.5 Le Centre Mot à Mot Shipshaw

Fondé en 1984, le Centres Mot à Mot Shipshaw a d'abord fonctionné à partir d'une bénévoles puis s'est joint aux trois autres points de services. Cette action a permis de bénéficier de l'apport financier du MEQ par des projets présentés comme OVEP.

Le Centre dessert la municipalité de Shipshaw avec ses 2 878 habitants.

Si l'on s'en tient aux estimations de l'EIAA (1994) on retrouverait sur le territoire desservi par le Centre plus de 500 personnes n'ayant pas obtenu un certificat d'études secondaires. Toutefois, une étude faite par le groupe Écobes (1988) *Études sociogéographique du CLSC de la Jonquière*, démontre que, pour la municipalité de Shipshaw, le pourcentage de la population n'ayant pas une 9^{ème} année est nettement inférieur aux autres de la zone rurale. Les dernières données de Statistique Canada (2001) démontreraient plutôt qu'environ 379 adultes, soit 13,1% de la population n'ont pas atteint ce niveau de scolarité.

Le Centre est situé dans l'hôtel de ville ; il est un outil au service de la population afin de permettre aux personnes plus faiblement scolarisées de vivre des expériences de formation valorisantes et enrichissantes.

Au cours des cinq dernières années, le Centre Mot à Mot Shipshaw a accueilli plus de cinquante personnes pour des durées variant de quelques mois à quatre années de formation.

Les objectifs du Centre sont :

- améliorer les capacités de lecture, d'écriture et de calcul des apprenants dans la vie quotidienne ;
- favoriser une plus grande connaissance de soi chez les apprenants ;
- développer l'autonomie des apprenants ;
- augmenter leur capacité d'agir sur leurs conditions de vie ;
- initier les personnes aux technologies de l'information et de la communication (TIC)

Les activités du Centre sont :

- ateliers d'accueil et d'évaluation ;
- ateliers d'alphabétisation (français et calcul) le jour et le soir ;
- ateliers d'initiation à l'informatique ;
- ateliers de conscientisation ;
 - prévention du décrochage chez les enfants ;
 - «*mon rôle de citoyen dans la communauté*»
- ateliers de réalités sociales ;
 - fonctionnement du guichet automatique ;
 - écriture collective ;
 - recherche d'emploi sur le net ;
- ateliers de développement de matériel pédagogique ;
- ateliers de développement d'outil de promotion ;

Activités spécifiques :

- «*Prof d'un jour*» (semaine de la francophonie) ;
- journée du livre et du droit d'auteur ;
- artisanat à l'époque des fêtes
- activités sociales (quilles-souper-brunch) ;
- conférence d'auteurs (Salon du Livre)
- voyage découverte à caractère culturel (musée de la civilisation)
- conférence SOS Politesse
- journée portes ouvertes

Particularités :

Depuis 12 ans, les nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC) ont été intégrées progressivement d'abord comme initiation à l'outil et ensuite comme objet d'apprentissage et comme support pédagogique pour l'apprentissage des matières comme le français et le calcul. L'ordinateur fait partie des ateliers de français dans le cadre de projets tels que :

- Livre de recettes
- Recueil de pensées
- Truc pour la maison

- Généalogie
- Recueil de charades

Partenaires :

- École primaire Bois-Joli
- S.A.D.C. du Haut-Saguenay
- La Commission scolaire de la Jonquière jusqu'en 2001-2002
- Salon du Livre du Saguenay-Lac-St-Jean
- Fondation québécoise en alphabétisation
- Association Québec-France

Problématique de la recherche

Le Regroupement des Centres Mot à Mot a été créé il y a une vingtaine d'années pour permettre aux quatre Centres d'être regroupés dans une structure unifiée pour leur administration.

Chacun des Centres garde son autonomie quant à son organisation, sa clientèle et les services qui lui sont dispensés. Chaque responsable de Centre organise donc dans son milieu la sensibilisation, le recrutement de sa clientèle, et l'organisation des ateliers de formation.

2.1 FORMATION

Depuis les débuts, les Centres Mot à Mot dispensent la formation aux apprenants qui s'inscrivent. Cette formation a elle aussi été dispensée en parallèle en collaboration avec la commission scolaire de la Jonquière. Cette collaboration a cessé depuis peu, dans deux Centres à cause des exigences élevées de la commission scolaire concernant le nombre d'apprenants par groupe.

Depuis quelques années les responsables constatent une certaine stabilité dans le nombre de personnes inscrites au Centre ; même que dans un Centre on a constaté une augmentation. Toutefois, le questionnement initiateur de cette recherche est davantage lié à la diminution importante de clientèle dans les Centres de personnes analphabètes. Cette diminution a été compensée par l'arrivée de nouvelles personnes intéressées par l'informatique mais non analphabètes. Ainsi le renouvellement de clientèle qualifiée de plus démunie au niveau de la scolarité est plus difficile à faire. On constate une certaine épuration de celle-ci.

Sous le volet formation l'équipe a fait ressortir les questions suivantes :

Pourquoi le nombre d'apprenants analphabètes diminue-t-il dans les Centres Mot à Mot ?

Est-ce que la formation dispensée correspond aux attentes ?

Est-ce que les apprenants développent les compétences recherchées ?

2.2 SENSIBILISATION ET RECRUTEMENT

Nous disions précédemment que chacun des Centres avait pleine autonomie pour le recrutement de sa clientèle. Au cours des années, individuellement, ils ont

développé des outils pour sensibiliser leur population et attirer les personnes en mesure de profiter de la formation offerte. Ainsi, la publicité a été faite par des affiches, des articles dans les journaux municipaux, des journées portes ouvertes, des objets promotionnels, le parrainage et le porte à porte pour n'en nommer que quelques-uns. Dans certains milieux, les principaux organismes ont été rencontrés et l'information a été donnée aux membres. En même temps, certaines actions communes ont été réalisées telles que : la publicité à la télévision locale et régionale.

À partir des expériences de sensibilisation et de recrutement, une première hypothèse peut être faite :

À sa vingtième année, on peut prendre pour acquis qu'un organisme comme le Centre Mot à Mot joue un rôle connu dans son milieu.

Par voie de conséquence, nous en formulons une deuxième, à savoir que les responsables des organismes de la communauté connaissant le Centre *sont donc en mesure de collaborer à informer leurs membres et d'y référer les gens.*

Avec cette difficulté plus grande de rejoindre la clientèle analphabète, l'équipe se questionne également sur la publicité faite pour les Centres Mot à Mot.

Qu'est-ce qui est le plus susceptible d'inciter une personne à s'inscrire au Centre Mot à Mot ?

Est-ce que la publicité que nous faisons rejoint les personnes concernées ?

Est-ce que la publicité qui est faite collabore à mieux faire connaître le Centre Mot à Mot auprès des organismes ?

Est-ce que les organismes se sentent concernés par l'alphabétisation auprès de leurs membres ?

Questions et hypothèses de la recherche

On peut regrouper l'ensemble de ces questions et hypothèses sous les deux volets suivants :

FORMATION

- 1- Pourquoi le nombre d'apprenants analphabètes diminue-t-il dans les Centres Mot à Mot ?
- 2- Est-ce que la formation dispensée correspond aux attentes ?
- 3- Est-ce que les apprenants développent les compétences recherchées ?

RECRUTEMENT

- 4 Qu'est-ce qui est le plus susceptible d'inciter une personne à s'inscrire au Centre Mot à Mot ?
- 5 Est-ce que la publicité que nous faisons rejoint les personnes concernées ?
6. Est-ce que la publicité qui est faite contribue à mieux faire connaître le Centre Mot à Mot auprès des organismes ?
7. Est-ce que les organismes se sentent concernés par l'alphabétisation auprès de leurs membres ?

HYPOTHÈSES

À sa vingtième année, on peut prendre pour acquis qu'un organisme comme le Centre Mot à Mot joue un rôle connu dans son milieu.

Par voie de conséquence, nous en formulons une deuxième à savoir que les responsables des organismes de la communauté connaissant le Centre sont donc en mesure de référer les gens et de collaborer à informer la population.

3.1 MÉTHODE ADOPTÉE, APPROCHE ET POURQUOI ?

Comme il s'agissait d'aller évaluer l'impact de la formation et l'efficacité des outils ou des moyens de sensibilisation-recrutement utilisés par chacun des Centres de formation, nous avons choisi de faire la cueillette de données à partir de questionnaires. Dans un premier temps une approche plus qualitative sera utilisée en ce qui concerne les apprenants.

Pour les responsables des organismes, nous avons choisi de travailler avec un questionnaire pour compiler les informations obtenues lors d'ateliers de discussion semi-dirigés. Nous envisageons de recueillir des données plus qualitatives.

Comme les recherches visaient deux populations différentes, les apprenants et les organismes, il devenait évident que si nous voulions avoir toute l'information voulue, nous devons travailler avec deux questionnaires différents que nous retrouvons en annexe.

Le choix fait par l'équipe de faire la recherche sous deux volets, la formation et la sensibilisation-recrutement, double aussi chacune des étapes et plus particulièrement la partie des rapports qui visent l'analyse et les recommandations.

3.2 Le choix des outils de cueillette de données ?

Pour la cueillette des données, nous avons donc élaboré deux questionnaires ;

- un premier pour les apprenants permettant ainsi d'explorer l'ensemble des préoccupations liées à la formation et à ses impacts. Nous y avons inclus une partie permettant de connaître leur perception concernant la publicité faite par les Centres.
- un deuxième destiné aux organismes du milieu permettant de mesurer leur connaissance du domaine de l'alphabétisation et des Centres de formation, et de façon complémentaire, leur intérêt à collaborer. L'outil nous permettait de vérifier leur connaissance quant à la publicité faite par les Centres Mot à Mot.

Chacun des deux questionnaires a été validé pour en assurer l'efficacité maximale. Plus particulièrement celui auprès des apprenants. Nous en avons fait la validation auprès d'une personne par Centre de formation, personne référée par les responsables.

Ce pré-test nous aura permis de reformuler quelques questions et d'en enlever. Cet exercice nous aura aussi permis de nous préoccuper davantage du vocabulaire utilisé. Sur l'avis des responsables de Centre, nous avons éliminé du questionnaire des apprenants et du langage de l'interviewer les termes *analphabète* et *alphabétisation* pour les remplacer par *formation de base* et *faiblement scolarisé*. Les formatrices craignaient que ces termes aient un impact négatif sur les réponses des apprenants. Nous avons aussi ajusté la durée de la rencontre à 30 minutes.

Une consultation auprès d'une chercheuse, madame Isabelle Coulombe, du MEQ a permis d'autres modifications dans le regroupement des questions pour assurer un cheminement plus logique dans l'entrevue. Le questionnaire a été conçu pour être complété par l'interviewer en entretien dirigé avec le participant-apprenant.

Quant au questionnaire destiné aux organismes, suite aux mêmes vérifications et consultations, les modifications nécessaires et suggérées ont été faites. Dans le cas de ce deuxième questionnaire, il était prévu d'être complété suite à un entretien de groupe semi-dirigé par municipalité.

3.3 ÉCHANTILLON QUANT AU CHOIX ET À LA SÉLECTION DES PARTICIPANTS

3.3.1 Échantillonnage des apprenants

Avec l'équipe des Centres, trois critères ont été retenus pour choisir les personnes qui seraient interviewées individuellement. Un premier, visait l'ensemble des personnes à rencontrer :

- 1- avoir un niveau de scolarité inférieur à une 9^{ième} année ou bien à un secondaire 3.

L'équipe a aussi choisi de partager le groupe d'échantillon en deux sous-groupes selon deux autres critères.

- 2- 75% du groupe devait avoir quitté le Centre avant le 2 septembre 2002 avec un minimum de 90 heures de formation ;
- 3- 25% devait être encore en formation en décembre 2002 avec un minimum de 90 heures de formation.

Afin de rendre valide cet échantillonnage, nous avons choisi de rencontrer 10 personnes par Centre selon le premier critère que nous venons d'énoncer et

réparties selon les critères 2 et 3. Chaque responsable de Centre a fourni une liste de 16 personnes correspondant aux critères et réparties selon les critères 2 et 3. En cas de refus lors de la prise de rendez-vous, cela nous laissait une marge et nous évitait de retourner consulter les responsables.

3.3.2 Échantillonnage des organismes

Les responsables des Centres ont choisi de consulter des organismes de leur milieu socio-économique. Elles ont donc fourni une liste de six organismes par Centre de formation avec l'ensemble des coordonnées de la personne responsable.

3.4 LA COLLECTE DE DONNÉES – PROCÉDURE

3.4.1 Groupe des apprenants

Afin d'assurer la plus grande objectivité des entrevues, il avait été convenu que les responsables des Centres seraient complètement exclus du processus.

Une lettre d'information, signé par le président du Regroupement des Centres Mot à Mot et par la responsable du Centre, a été expédiée par municipalité à chacune des personnes de la liste. Cette lettre expliquait brièvement l'objet de la recherche et informait les gens d'une éventuelle communication téléphonique de l'agent de recherche pour prendre rendez-vous. On retrouvera cette lettre en annexe 3.

Les interviews se sont déroulées dans chacune des quatre municipalités, les gens ayant à venir rencontrer l'agent de recherche dans un local identifié à cet effet. Toutes les personnes convoquées se sont présentées et ont été interviewées. Au total, nous avons effectué 41 entrevues réparties comme suit :

30 ex-apprenants
11 apprenants

Un questionnaire n'a pas été retenu parce que la personne avait un secondaire 5 reconnu. Au début de chaque entrevue, nous expliquions brièvement l'objet de la recherche et les procédures de cet entretien quant à sa durée, aux questions et aux réponses. Plusieurs questions comportaient des choix multiples qui n'étaient pas donnés aux participants et servaient uniquement au classement des réponses.

Enfin, pour les rassurer et les mettre à l'aise, il a été expliqué à chacun et chacune que les réponses resteraient confidentielles. C'est-à-dire que « Je serai le seul au courant de vos réponses et qu'en aucun temps, la responsable du Centre ne sera en contact avec vos réponses et votre questionnaire ».

Afin d'assurer cela, un système de numérotation éliminait le nom sur le document ; ce système n'était, lui aussi, connu que par l'interviewer. Nous avons constaté que ces informations rassureraient ceux qui avaient besoin de l'être. Par contre, plusieurs nous ont signifié qu'il n'y avait « pas de cachette », que ce qu'ils diraient avait déjà été dit à la personne concernée. Une seule personne a tenu à vérifier à la fin, la confidentialité de ses réponses.

La cueillette des données s'est échelonnée sur deux semaines, soit du 24 mars au 4 avril 2003.

3.4.2 Groupe des organismes

La procédure originale prévoyait une rencontre par municipalité avec les organismes identifiés et un atelier semi-dirigé afin de répondre à l'ensemble des questions. Une lettre a été postée à chaque responsable d'organisme pour les prévenir d'une communication téléphonique de la part du consultant.

Devant les difficultés très grandes de regrouper les organismes, il a été convenu de compléter le questionnaire par téléphone avec la personne responsable de chacun des organismes choisis, ce qui a été fait. Malgré de multiples essais, nous avons dû nous résigner à diminuer le nombre d'organismes par municipalité à trois, les personnes n'étant pas disponibles pour répondre au questionnaire.

Comme dans le cas des apprenants, nous avons signifié aux personnes interviewées que leurs réponses seraient gardées confidentielles et que seul serait connu, si tel était le cas, leurs intérêts à collaborer avec le Centre Mot à Mot de leur municipalité. Nous avons complété douze entrevues téléphoniques pour n'en retenir que onze. Nous avons dû en rejeter une à cause des réponses non significatives et incomplètes.

La cueillette de données s'est échelonnée sur sept semaines en avril et en mai durée reliée à la difficulté de rejoindre les gens.

Pour les deux volets de la recherche, l'ensemble des caractéristiques essentielles de l'exercice a été respecté à savoir :

- 1) Une répartition équitable des participants-apprenants dans chaque municipalité ;
- 2) Une répartition des personnes interviewées selon les critères 2 et 3 pour les apprenants ;
- 3) La répartition des organismes dans chaque municipalité.

3.5 LES RÉSULTATS

3.5.1 Formation

Malgré une certaine « crainte » chez les apprenants, au début de la majorité des entrevues, nous avons constaté une excellente collaboration de chacun et chacune. Cette insécurité correspond à certaines caractéristiques identifiables chez des personnes avec une scolarité moindre. Leur manque d'assurance nous donnait des réponses moins significatives quant au contenu recherché et nous devions souvent poser plusieurs sous-questions. Nous croyons que l'attitude de l'interviewer a facilité cette grande collaboration, celui-ci connaissant le domaine de

l'alphabétisation. De plus, à cause d'une grande expérience en relations humaines, il a su s'adapter et créer un climat de confiance avec les apprenants.

Nous n'avons pu que réaliser la place très grande que les Centres Mot à Mot ont occupé et occupent encore auprès des apprenants. Le questionnaire laissait place aussi à des commentaires parfois élaborés et gratifiants à propos de la formation, du Centre et de la formatrice.

Pour la très grande majorité des personnes rencontrées, les réponses aux questionnaires correspondaient au moins minimalement aux choix souhaités par les questions et apportaient donc les informations recherchées.

Comme l'exercice s'est fait dans quatre municipalités différentes, nous pensions pouvoir y constater des différences. Cette recherche ne les fera pas ressortir dans un premier temps puisque son objet visait l'ensemble des quatre Centres.

Dans un deuxième temps de la recherche, avec les formatrices concernées, nous précisons ces différences et en analyserons la portée avec elles, le cas échéant.

Nous verrons plus loin dans l'analyse des résultats certaines différences plus ou moins significatives associées à la formation. Nous voulions toutefois préciser que dans tous les secteurs, la collaboration et l'intérêt ont été les mêmes. Un taux très élevé de satisfaction s'est manifesté envers la formation reçue et les personnes qui la dispensent.

3.5.2 Recrutement

Sous ce deuxième volet, les données recueillies sont à la fois significatives mais peut-être peu rassurantes pour les responsables de Centres.

Pour les apprenants, le moyen de recrutement qui a été privilégié pour eux-mêmes met en évidence l'importance de l'intervention de personne à personne (de bouche à oreille) que ce soit avec un autre apprenant ou avec la formatrice.

Les réponses des organismes sont plus souvent mitigées et font souvent référence à un souvenir plus ou moins clair. Les résultats le sont aussi. Nous n'avons pu que constater dans l'ensemble, que les répondants des organismes avaient peu de commentaires aux questions les plus souvent ouvertes. Faut-il associer ce résultat au fait qu'il s'agissait d'un entretien téléphonique ? Peut-être, mais nous sommes aussi portés à l'expliquer par une faible connaissance du domaine questionné ; les résultats en feront foi.

3.6 LIMITES ET CONTRAINTES

3.6.1 Formation

Sous ce volet, nous ne croyons pas devoir préciser de limites ou de contraintes que les méthodes utilisées nous aient imposées. L'entretien avec les personnes permettait de recevoir les réponses, et très souvent, de décoder un oui ou un non incertain que nous relançons par une sous-question.

Nous sommes très satisfaits de la démarche et des résultats dans l'ensemble, même si quelques-uns nous questionneront dans leur analyse.

3.6.2 Sensibilisation-recrutement

Notre position est tout autre en ce qui concerne le volet sensibilisation-recrutement. En effet, il nous semble important de préciser quelques points qui teignent l'ensemble de l'analyse des données originales des responsables des organismes consultés.

Nous avons dû nous rabattre sur l'entretien téléphonique comme alternative à l'entretien en groupe que nous souhaitions et duquel aurait émergé des données qualitatives plus importantes. Dans l'entretien téléphonique, les réponses des répondants se limitaient souvent à un oui ou un non. Même avec une sous-question, nous ne sommes pas arrivés à obtenir plus de contenu.

D'autre part, et nous l'avons précisé antérieurement, nous sentions leurs réponses très évasives en regard de la publicité. Nous pensons que les publicités dont ils faisaient mention n'étaient pas très claires à leur mémoire.

Enfin, à trois exceptions près, nous n'avons pas senti un intérêt marqué à répondre aux questions comme ce fut le cas chez les apprenants. Nous qualifions les réponses de moins significatives.

3.7 PLAN D'ANALYSE

3.7.1 Formation

Outre les questions reliées à l'identification et aux antécédents scolaires, le questionnaire (annexe 1) comporte 20 questions qui seront regroupées sous deux thèmes d'analyse. Le premier réfère à l'inscription et au départ du Centre ; le second plus important en nombre de questions comportera 5 sous-thèmes regroupant les questions apparentées telles que détaillées ci-dessous.

Formation :

- Identification : 1-2
- Antécédents scolaires : 3-4-5—6
- Inscription/ départ : 8-9-10-16
- Formation
 - Fréquence-durée : 12-14-15
 - Évaluation : 13-17
 - Apports-compétences : 18-19-20-21-22-23-24
 - Difficultés : 25
 - Objectifs : 26-9

Dans ce questionnaire, les questions se référant à la publicité sont rapportées dans l'analyse du sujet identifié sensibilisation-recrutement.

3.7.2 Sensibilisation-recrutement

Sous ce volet, nous traiterons parallèlement les résultats provenant des deux questionnaires selon la pertinence de ceux-ci. L'analyse sera faite sous cinq grands thèmes tels que détaillés ci-dessous. Comme nous travaillerons avec les deux questionnaires à la fois dans ce volet, précisons que pour une meilleure identification, nous avons choisi d'identifier les questions aux apprenants sous la forme suivante : ex. : 27(1) et celles aux organismes comme suit : 21(2)

Sensibilisation-recrutement :

- Connaissance de la réalité alpha : 5⁽²⁾- 6⁽²⁾- 7⁽²⁾
- Connaissance du Centre Mot à Mot : 15⁽²⁾- 16⁽²⁾- 17⁽²⁾- 18⁽²⁾
- Publicité
 - Connaissance : 27⁽¹⁾- 28⁽¹⁾- 8⁽²⁾
 - Évaluation : 29⁽¹⁾- 9⁽²⁾- 10⁽²⁾- 11⁽²⁾
 - Importance : 29⁽¹⁾- 30⁽¹⁾- 12⁽²⁾- 13⁽²⁾- 14⁽²⁾
- L'organisme et l'alpha : 21⁽²⁾- 22⁽²⁾
- Perception du Centre : 32⁽¹⁾-19⁽²⁾- 20⁽²⁾- 23⁽²⁾- 24⁽²⁾- 25⁽²⁾- 26⁽²⁾

ANALYSE DES RÉSULTATS

volet formation



4.1 CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES

4.1.1 Âge

ÂGE

Tableau 1

AGE DES PARTICIPANTS		
Âge	Nombre	Pourcentage
21-30 ans	4	10%
31-40 ans	4	10%
41-50 ans	14	35%
51-60 ans	12	30%
61 ans et +	6	15%

Notons que la majeure partie des répondants, soit 65% se retrouvent dans les tranches d'âge 41-50 ans et 51-60 ans. Les autres se répartissent à peu près également dans les autres groupes.

Dans la mesure où cet échantillon est représentatif, il est évident que la clientèle des Centres Mot à Mot est d'âge adulte et majoritairement entre 41 et 60 ans. Seulement 10% des personnes représentent les moins de 30 ans, clientèle que souvent on identifie comme ayant des besoins en rapport avec l'alphabétisation.

4.1.2 Sexe

SEXE

Tableau 2

SEXE DES PARTICIPANTS		
Sexe	Nombre	Pourcentage
Féminin	32	80%
Masculin	8	20%

Force est de constater que notre groupe de répondants est formé à 80% de femmes et 20% d'hommes. La répartition des femmes correspond à la courbe d'âge du tableau précédent, donc des femmes entre 41-60 ans pour 69%. Nous ne pouvons faire de lien entre ces deux données et la fréquentation actuelle des Centres puisque 75% des répondants ne fréquentent pas actuellement le Centre. Cette

dernière caractéristique peut-elle avoir fait augmenter la moyenne d'âge des apprenants, ceux-ci ayant fréquenté le Centre dans le passé ?

Le constat le plus important, nous semble-t-il avec cette information, concerne le peu de participants masculins au sondage ; cela se reflète-t-il dans la fréquentation actuelle ?

Tableau 3

RÉPARTITION ÂGE/SEXE				
Âge	Femme		Homme	
21-30 ans	2	5%	2	5%
31-40 ans	4	10%	0	0%
41-50 ans	12	30%	2	5%
51-60 ans	10	25%	2	5%
61 ans et +	4	10%	2	5%
Total :	32	80%	8	20%

Si tel est le cas, plusieurs questions s'imposent :

- Pourquoi tant de femmes et si peu d'hommes ?
- Est-ce que les femmes sont moins alphabétisées que les hommes ?
- Qu'est-ce qui fait que les hommes fréquentent peu les Centres Mot à Mot ;
- Serait-ce les contenus, les horaires, les méthodes ou le travail ?

4.2. LES ANTÉCÉDANTS SCOLAIRES

4.2.1 Niveau scolaire à la cessation de la fréquentation scolaire

Tableau 4

NIVEAU SCOLAIRE À LA CESSATION DE FRÉQUENTATION		
<i>Niveau scolaire</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
Sans scolarité	1	2,5%
Primaire 1	0	0%
Primaire 2	0	0%
Primaire 3	0	0%
Primaire 4	1	2,5%
Primaire 5	5	12,5%
Primaire 6	6	15%
Primaire 7	4	10%
Total primaire	17	42,5%
Secondaire général 1	3	7,5%
Secondaire général 2	5	12,5%
Secondaire général 3	5	12,5%
Secondaire prof.1	0	0%
Secondaire prof.2	1	2,5%
Secondaire prof.3	3	7,5%
Total sec. 3 ou moins	34	85%

Lorsque nous leur demandons à quel niveau ils ont terminé leur scolarité, 42,5% n'ont pas dépassé la 7^e année et de ce nombre, 31,5%, soit 12 sur 16, ne l'ont pas réussi.

Dans l'Enquête internationale sur l'Alphabétisation des adultes, (EIAA) à laquelle a participé le Québec, on estime que ceux qui ont moins d'une 9^{ième} année ou d'un secondaire 3, pourraient bénéficier d'une formation de base.

D'après les chiffres que nous montre le tableau, 85% de notre groupe de répondants correspondent aux besoins identifiés par l'EIAA, étant donné qu'ils ont un secondaire 3 ou moins. Six personnes ont une scolarité au-delà de ce dernier niveau. Cela ne veut pas pour autant dire qu'elles ne répondent pas à certains critères qui définissent l'alphabétisation à cause de compétences insuffisantes pour faire face aux exigences minimales de la société québécoise au plan personnel, social, professionnel (EIAA).

ÂGE DE LA CESSATION DE LA FRÉQUENTATION

Tableau 5

ÂGE DE LA CESSATION DE LA FRÉQUENTATION SCOLAIRE										
Âge	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Nombre	1	5	3	5	3	6	9	5	1	1
Pourcentage	2,5%	12,5%	7,5%	12,5%	7,5%	15%	22,5%	12,5	2,5%	2,5%

Le tableau illustre une répartition sur l'ensemble des 10 années avec une pointe plus importante à 16 et 17 ans, soit plus du tiers des répondants.

En se référant au tableau précédent on constate que 42,5% des répondants n'avaient pas dépassé le niveau de 7^{ième} année ; si l'on fait un lien avec l'âge de cessation, on peut faire l'hypothèse qu'un bon nombre d'entre eux ont fréquenté le primaire avec des difficultés puisque celui-ci se termine généralement à 12 ou 13 ans.

À souligner qu'une personne n'a jamais fréquenté l'école et avant son inscription au Centre d'alphabétisation elle n'avait donc aucune scolarisation autre que celle donnée dans la famille, c'est à dire la lecture.

Niveau de formation complété

Tableau 6

NIVEAU DE FORMATION COMPLÉTÉE		
<i>Niveau complété</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
Secondaire	1	2,5%
Professionnel	1	2,5%
Primaire	27	67,5%
Aucun	11	27,5%

Le tableau 6 vient confirmer que le groupe d'apprenants choisis correspond très majoritairement au premier critère retenu, soit celui d'un niveau de scolarisation égal ou inférieur au secondaire 3 ou 9^{ième} année. «Les deux personnes qui disent avoir terminé soit le secondaire général ou le professionnel ne font pas nécessairement exception. En effet, nous faisons l'hypothèse que leur formation terminée à l'éducation des adultes correspond à un niveau de secondaire 3 en général. D'autre part, il est souvent reconnu dans le domaine de l'alphabétisation que les apprenants ont tendance à valoriser leur niveau réel de scolarisation en l'augmentant.

4.2.2 Raisons de la cessation scolaire

Tableau 7

RAISONS DE LA CESSATION DE LA FRÉQUENTATION		
<i>Raisons</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Difficultés d'apprentissage</i>	15	37,5%
<i>Expulsion</i>	1	2,5%
<i>Contenu des cours</i>	1	2,5%
<i>Mariage</i>	0	0%
<i>Dégoût de l'école</i>	5	12,5%
<i>Grossesse</i>	3	7,5%
<i>Maladie</i>	7	17,5%
<i>Manque d'argent</i>	1	2,5%
<i>Nécessité de travailler</i>	8	20%
<i>Obligations familiales</i>	10	25%
<i>Volonté de travailler</i>	0	0%
<i>Autres</i>	0	0%

À cette question, les répondants pouvaient identifier plus d'une raison motivant leur cessation de la fréquentation scolaire.

D'abord on constate qu'un nombre important (39%) ont identifié les difficultés d'apprentissage comme étant la raison principale pour " arrêter l'école ". Parmi ces personnes on retrouve les 12,5% qui étaient dégoûtées de l'école.

À des niveaux presque équivalents, on retrouve la maladie (18,4%), la nécessité de travailler (21%) et les obligations familiales (21%). Dans le cas des deux derniers niveaux, les explications données par les répondants faisaient référence à des valeurs familiales de l'époque. Ainsi, il était normal que les enfants cessent de fréquenter l'école pour aider la mère à la maison ou pour rapporter de l'argent à la famille.

Il faut se rappeler que ces personnes sont majoritairement des femmes, c'est ce que nous a démontré le tableau numéro 2. Les hommes étaient peu représentés (20%) dans notre échantillon.

Dans leurs commentaires, ceux ayant identifié la maladie comme raison de la cessation de la fréquentation scolaire, plusieurs l'ont fait pour aider une personne malade dans la famille, très souvent la mère, ce qui viendrait augmenter le nombre à douze ceux qui ont quitté l'école pour des obligations familiales.

4.3 INSCRIPTION

4.3.1 Incitatif à l'inscription

Qu'est-ce qui peut influencer une personne qui a des difficultés d'ordre fonctionnel dans notre société et âgée entre 41 et 60 ans à s'inscrire à une formation de base ?

INCITATIF À L'INSCRIPTION

Tableau 8

INCITATIF À L'INSCRIPTION		
<i>Incitatif</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Sécurité du revenu</i>	4	10%
<i>Publicité</i>	11	27,5%
<i>Formatrice</i>	8	20%
<i>Étudiant au Centre</i>	15	37,5%
<i>Employeur</i>	1	2,5%
<i>Un ami</i>	0	0
<i>La famille</i>	0	0
<i>Choix personnel</i>	0	0

Dans ce tableau, il est évident que les Centres Mot à Mot à travers la formatrice et les apprenants eux-mêmes, sont les principaux agents de recrutement de renouvellement de la clientèle.

En effet, 37,5% des répondants se sont inscrits sur l'incitation d'une ou d'un apprenant en formation. L'information donnée par la formatrice en a touché 20%. L'effet de la publicité, surtout celle publiée dans le journal municipal, se vérifie dans 27,5% des répondants.

On constate le peu d'effet incitatif de la famille ou des amis. Ce dernier constat s'avère faux si le membre de la famille ou l'ami fréquente déjà le Centre. Parmi les 15 apprenants influencés par un autre apprenant, plusieurs l'ont été justement par un proche, parents ou amis qui fréquentaient déjà le Centre Mot à Mot.

Dans le cas des personnes sur la Sécurité du Revenu, il faut comprendre que l'incitatif devenait une obligation pour la personne de fréquenter le Centres Mot à Mot moyennant un apport financier supplémentaire.

4.3.2 Raison de l'inscription

Qu'est-ce qui peut inciter des personnes, très majoritairement des femmes à la maison, à s'inscrire au Centre Mot à Mot?

RAISONS DE L'INSCRIPTION

Tableau 9

RAISONS DE L'INSCRIPTION		
<i>Raison de l'inscription</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Aider les enfants</i>	5	12,5%
<i>Connaître du monde</i>	20	50%
<i>Améliorer ma confiance en soi</i>	3	7,5%
<i>Le développement personnel</i>	1	2,5%
<i>Améliorer mon français</i>	28	70%
<i>Apprendre le calcul</i>	10	25%
<i>Apprendre l'informatique</i>	8	20%
<i>Autre</i>	8	20%

À cette question, les répondants pouvaient faire plus d'un choix, ce qui est le cas de la majorité d'entre eux. Quelques-uns ont donné un ordre de priorité dans leurs choix, priorité dont nous n'avons pas tenu compte dans les résultats. Nous n'étions pas en mesure de vérifier si les choix des répondants étaient vraiment préalables à leur inscription ou si ceux-ci dépendent des résultats de la formation reçue.

Évidemment, l'objet premier du Centre rallie 70% des objectifs des répondants soit d'améliorer le français, qui très souvent était formulé comme suit : *faire moins de fautes en français*.

Le deuxième objectif qui retient aussi un fort pourcentage, 47%, réfère plus à un besoin social soit de connaître du monde (rencontrer des personnes, sortir de l'isolement). Il faut se rappeler que nos répondants sont majoritairement des femmes, probablement à la maison et dont les enfants fréquentent l'école ou ont quitté la maison. De nos répondants, dix-neuf s'inscrivent au Centre Mot à Mot aussi pour répondre à ce besoin.

Cinq des répondants (12,5%) souhaitaient être mieux outillés pour aider les enfants dans leurs travaux et devoirs scolaires.

Enfin, et l'on revient encore à un besoin bien personnel, celui « d'améliorer la confiance en soi ». Trois personnes (7,5%) voyaient dans l'inscription au Centre Mot à Mot un moyen de développer leur assurance.

La question permettait aussi d'identifier d'autres objectifs par les apprenants.

Autres raisons de l'inscription :

- Rafraîchir la mémoire
- Passer le temps (2)
- S'intégrer au milieu
- Rafraîchir les connaissances
- Apprendre et découvrir
- Apprendre à écrire

4.3.3 Objectif et suivi

Objectif à l'inscription

Tableau 10

OBJECTIF À L'INSCRIPTION		
<i>Aviez-vous un objectif ?</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
Oui	36	90%
Non	4	10%

Le tableau numéro 10 nous démontre que quatre personnes ont dit ne pas avoir identifié d'objectif précis pour fréquenter le Centre Mot à Mot, alors que les 36 autres (90%) ont communiqué au moins un résultat recherché dans leur démarche de formation.

Par la question suivante, nous avons voulu vérifier si les apprenants se sont senties interrogées et suivies dans leurs objectifs.

SUIVI SUR L'OBJECTIF

Tableau 10-A

SUIVI SUR L'OBJECTIF				
	<i>Aviez-vous un objectif?</i>		<i>En a-t-on assuré le suivi</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
Oui	36	90%	64%	36%
Non	4	10%	25%	75%
Total			60%	40%

Des 36 personnes qui avaient un objectif, 23 (64%) ont senti l'intérêt de la formatrice pour en parler et en assurer le suivi. On peut faire l'hypothèse que la formation répondait mieux à leurs besoins et qu'ils manifestaient une plus grande motivation.

Par contre, 13 personnes (36%) ne se sont pas senties interrogées ou évaluées dans leur motivation à fréquenter le Centre. Des personnes qui « manquent de confiance » ne réagissent pas et se conforment souvent au modèle de formation proposé par le Centre. Certaines personnes nous ont signifié qu'il leur a fallu un certain temps (plusieurs mois) avant de commencer à réagir et à manifester leurs intérêts ou leur questionnement.

4.4 PORTRAIT DE LA FRÉQUENTATION

4.4.1 Répartition

Pour l'équipe, il était clair que nous devions consulter les anciens apprenants, qui ont quitté le Centre les années précédentes. Il a été aussi décidé de consulter des apprenants qui fréquentent actuellement les Centres Mot à Mot et ce dans une répartition de 1 pour 3 dans chaque Centre.

Le tableau numéro 12 démontre que nous avons respecté cette répartition.

PORTRAIT DE FRÉQUENTATION

Tableau 11

PORTRAIT DE LA FRÉQUENTATION		
<i>Fréquentez-vous présentement le Centre?</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
Oui	10	25%
Non	30	75%

4.4.2 Intensité de la fréquentation

INTENSITÉ DE LA FRÉQUENTATION

Tableau 12

INTENSITÉ DE LA FRÉQUENTATION					
<i>Intensité de la fréquentation</i>	<i>3 h/sem.</i>	<i>6 h/sem.</i>	<i>9 h/sem.</i>	<i>12 h/sem.</i>	<i>15 h/sem.</i>
	9	16	8	3	4
	22,5%	40%	20%	7,5%	10%

Il ne semble pas y avoir de signification particulière à donner à ce tableau si ce n'est que 60 % des répondants fréquentent le Centre entre 6 et 9 heures/sem.

4.4.3 DURÉE DE LA FRÉQUENTATION

Tableau 13

DURÉE DE LA FRÉQUENTATION											
<i>Durée de fréquentation</i>	<i>-1 an</i>	<i>1 an</i>	<i>1,5 an</i>	<i>2 ans</i>	<i>3 ans</i>	<i>4 ans</i>	<i>5 ans</i>	<i>6 ans</i>	<i>7 ans</i>	<i>8 ans</i>	<i>10 ans</i>
	1	1	1	10	6	8	2	3	2	1	5
	2,5%	2,5%	2,5%	25%	15%	20%	5%	7,5%	5%	2,5%	12,5%

Une année correspond à 2 sessions scolaires pour l'équivalent d'une trentaine de semaines.

Il ne semble pas y avoir de relation évidente entre le nombre d'année de fréquentation du Centre et l'intensité de celle-ci (tableau 12). On aurait pu penser que les 5 personnes qui ont fréquenté le Centre pendant 10 années l'ont fait à raison de 3 ou 6 heures /semaine. Ce n'est pas le cas, même trois d'entre elles l'ont fait à raison de 15 heures/semaine. Elles correspondent aux personnes inscrites à un programme de Sécurité du Revenu.

Plus de la moitié des participants ont fréquenté le Centre entre 2 et 4 ans. Dans l'ensemble, la moyenne de fréquentation est de 4.4 années. Si on exclut les 5 personnes qui l'ont fréquenté pendant 10 ans, la moyenne se situe à 3.6 années.

4.5 ÉVALUATION DE LA FORMATION

4.5.1 Niveau de valorisation

VALORISATION PAR LA FRÉQUENTATION

Tableau 14

EST-CE QUE LA FRÉQUENTATION DU CENTRE EST VALORISANTE?							
<i>Est-ce valorisant de fréquente le Centre?</i>	0-4	5	6	7	8	9	10 et +
	0	0	0	1	18	8	13
				2,5	45%	20%	32,5%

Nous avons demandé aux participants de choisir sur une échelle de 1 à 10 le chiffre qui correspond le mieux à l'intensité de la valorisation que représente pour eux la fréquentation du Centre Mot à Mot.

Tous se sont situés entre 7 et 10 et dans la mesure où les niveaux 8-9 et 10 représentent un niveau de valorisation élevé à très élevé, on peut comprendre que la formation reçue aux Centres Mot à Mot est perçue et reçue comme très positive par les apprenants à 97.5%. Même si cette réponse est très subjective, on peut constater que pour l'ensemble des participants, elle l'est de façon positive.

4.5.2 Satisfaction de la formation

Pour valider cette perception de la formation, nous avons demandé plus directement aux gens qu'est-ce qu'ils pensaient de la formation reçue au Centre Mot à Mot. Cette question ouverte permettait d'élaborer. Les gens nous ont donné peu d'explications se contentant de qualifier brièvement la formation selon les énoncés du tableau suivant :

SATISFACTION DE LA FORMATION

Tableau 15

ETES-VOUS SATISFAIT DE LA FORMATION QUE VOUS AVEZ REÇUE AU CENTRE?						
<i>Que pensez-vous de la formation</i>	<i>Très satisfait</i>	<i>Répond aux attentes</i>	<i>Satisfait</i>	<i>Individualisation</i>	<i>Qualité du professeur</i>	<i>Art de vivre</i>
	14	14	2	7	2	1
	35%	35%	5%	17,5%	5%	2,5%

Ce tableau vient confirmer un taux de satisfaction très élevé de plus du tiers (35%) des répondants. Si on regroupe les items 1-2 et 3, cela donne un taux de satisfaction correspondant à 75%. Les autres réponses correspondent à 25 % et ne

signifient pas une satisfaction moindre. Dans leurs réponses, ils font plutôt ressortir un aspect pour lequel ils sont satisfaits de la formation soit, la formatrice elle-même par ses compétences, l'approche individualisante qu'elle pratique ou le contenu global.

4.5.3 Les bénéfices de la formation

Avant de vérifier les compétences académiques acquises suite à la formation, nous avons d'abord cherché à connaître les bénéfices autres qu'ont pu en tirer les apprenants dans leur vie courante. Nous leur avons demandé, sans choix, de nous identifier les changements que leur formation au Centre Mot à Mot avait apporté dans leur vie personnelle, familiale, sociale et professionnelle. Nous avons formulé la question pour chacun des domaines de vie.

Dans le tableau qui suit, nous avons reproduit brièvement les énoncés formulés par les apprenants et l'importance relative de chacun d'eux. Les gens n'avaient pas à donner une ou des réponses à chacun des secteurs, comme ils pouvaient en donner plus d'une dans l'un ou l'autre. On constate que le total des réponses de chacun des domaines de vie peut dépasser ou ne pas atteindre 100%.

LES BÉNÉFICES DE LA FORMATION

Tableau 16-A

APPORTS DANS LA VIE PERSONNELLE					
<i>Apport de la formation (PERSONNELLE)</i>	<i>Plus de connaissance</i>	<i>Plus d'assurance</i>	<i>Confiance en soi</i>	<i>Plus de communication</i>	<i>Se valoriser</i>
	23	15	9	4	2
	57,5%	37,5%	22,5%	10%	5%

Sur le plan personnel, il est évident que les participants en retirent d'abord plus de connaissances peu importe le domaine de connaissances et ce à 57.5%. Les quatre autres apports identifiés sont séparés parce qu'ils sont formulés ainsi. Toutefois, outre la formulation, on constate que 30 participants en ont retiré des bénéfices dans leur évolution personnelle, bénéfices que nous croyons très importants même si on ne les retrouve pas dans les objectifs de départ d'autant d'apprenant. (bénéfices secondaires)

Tableau 16-B

APPORTS DANS LA VIE FAMILIALE				
<i>Apport de la formation (FAMILIALE)</i>	<i>Aider les enfants</i>	<i>Valorisé par le famille</i>	<i>Relation avec le conjoint</i>	<i>Relation avec les enfants</i>
	16	6	5	3
	40%	15%	12,5%	7,5%

Au plan familial, les nouvelles compétences académiques acquises semblent donner plus de moyens aux parents pour aider les enfants dans leurs recherches et

leurs devoirs scolaires. C'est l'élément important formulé par 40% de participants alors que seulement 12,5% l'avait comme objectif à leur inscription au Centre Mot à Mot.

L'amélioration des relations dans la famille en général (15%) ou plus particulièrement avec les enfants (7,5%) et la ou le conjoint (12,5%) ne sont probablement pas des objectifs clairement identifiés dans la formation. Il faut y voir plutôt des résultats bénéfiques associés à l'approche andragogique propre aux Centres d'alphabétisation à savoir utiliser des événements de la vie courante des apprenants pour en dégager les compétences à développer.

Sous le volet social, encore là, les énoncés formulés par les participants ont été gardés pour respecter leurs réponses. On constate toutefois au-delà de la formulation, beaucoup de similitudes dans ces compétences sociales acquises à travers la formation.

Tableau 16-C

APPORTS DANS LA VIE SOCIALE				
	<i>Aller vers les gens</i>	<i>Se faire des amis</i>	<i>Davantage d'implication</i>	<i>Plus sociable</i>
<i>Apport de la formation (SOCIALE)</i>	6	5	4	3
	15%	12,5%	10%	7,5%
	<i>Intégration au milieu</i>	<i>Dépasser sa gêne</i>	<i>Capacité à échanger</i>	
	1	1	1	
	2,5%	2,5%	2,5%	

Quoique moins important en nombre que les 2 précédents secteurs, globalement 21 personnes (52%) y ont tiré des bénéfices importants dans leur relation avec les autres et ces nouveaux acquis sont en prolongement direct de ceux du tableau 16A.

Tableau 16-D

APPORTS DANS LA VIE PROFESSIONNELLE			
	<i>Goût d'aller travailler</i>	<i>Se chercher un emploi</i>	<i>Assurance à se défendre</i>
<i>Apport de la formation (PROFESSIONNELLE)</i>	3	2	1
	7,5%	5%	2,5%

Sous le volet professionnel, les bénéfices identifiables semblent moins importants pour les apprenants. Trois énoncés ont été retenus à savoir que la formation a donné le goût de travailler, de se chercher un emploi et a donné plus d'assurance pour défendre ses droits dans son travail. Le nombre moins grand d'apprenants, six, qui identifient des bénéfices dans ce domaine n'est pas surprenant. Si on fait

une relation avec les tableaux numéro 1 et 2 à propos de l'âge des participants et de leur sexe, on peut faire l'hypothèse que la très grande majorité de ces femmes ne manifestent pas d'intérêt à retourner sur le marché du travail. Ils n'y sont pas et donc ne constatent pas les avantages de la formation reçue.

4.6 COMPÉTENCES ACQUISES

Par la question suivante, on voulait identifier dans une certaine mesure l'acquisition de compétences académiques plus formelles dans le programme de formation. Ces compétences sont l'écriture, la lecture, le calcul et l'informatique.

Le tableau qui suit nous présente les résultats pour chacune de ces compétences en terme d'amélioration et de non amélioration. Lorsque la réponse *ne s'applique pas* a été choisie, le participant signifie qu'il ne recherche pas l'acquisition de cette compétence parce que déjà acquise à sa satisfaction ou comme non recherchée tout simplement.

4.6.1 Compétences en écriture

La compétence écriture fait référence à l'habileté à écrire dans un français correct, c'est à dire, avec le moins de fautes d'orthographe possible en utilisant un vocabulaire appropriés et en construisant des phrases logiques. Avec un très haut pourcentage (87,5%), les apprenants affirment une nette amélioration dans l'écriture de la langue.

Tableau 17

COMPÉTENCES EN ÉCRITURE			
Compétences ÉCRITURE	Amélioré	Non amélioré	Ne s'applique pas
	35	4	1
	87,5%	10%	2,5%

On se rappelle que dans le tableau numéro neuf 70% s'étaient inscrits avec l'objectif d'améliorer leur français. C'est donc au-delà de ce qui était attendu par les apprenants puisque 7de ceux-ci affirment l'amélioration de ces compétences même lorsque cela n'était pas recherchée.

Quant aux 10% qui ne constate pas d'amélioration, plusieurs hypothèses peuvent être avancées. Tels que :

- l'effort n'a pas été mis parce que ce n'était pas un objectif recherché ;
- l'effort n'a pas été mis parce qu'elles jugeaient leurs compétences suffisantes ;
- certaines personnes ont des difficultés d'apprentissage (39%) et i dentifient le français et ses règles comme la plus grande difficulté qu'ils ont eue à affronter pendant leur formation.

Nous ne croyons pas qu'une seule de ces explications soit valable pour expliquer l'absence d'amélioration. La question permettait une évaluation très subjective de l'amélioration. Il faut sûrement comprendre que les 35 personnes qui ont signifié une amélioration de cette compétence, l'ont fait avec la perception de leurs propres compétences lors de l'inscription, et non suite une évaluation objective et comparative.

Il faut comprendre que ces résultats sont satisfaisants pour 70% des apprenants comme l'indiquent les réponses au tableau 9.

4.6.2 Compétences en lecture

Tableau 18-A

COMPÉTENCES EN LECTURE			
<i>Compétences LECTURE</i>	<i>Améliorée</i>	<i>Non amélioré</i>	<i>Ne s'applique pas</i>
	18	6	16
	45%	15%	40%

La compétence en lecture fait référence au décodage, à la compréhension et au rythme. Pour aucun des apprenants, cette compétence n'avait été identifiée comme objectif. C'est probablement ce qui explique le fort taux de réponses (40%) « ne s'applique pas ». Par contre, la moitié (50%) voit cette compétence s'améliorer même si cela n'était pas recherchée. Il faut bien comprendre que dans la pédagogie, l'écriture et la lecture ne sont pas deux compétences compartimentées mais qu'elles sont intimement liées, une favorisant l'apprentissage de l'autre.

Tableau 18-B

AUGMENTATION DE LA FRÉQUENCE DE LA LECTURE			
<i>Lecture plus fréquente</i>	<i>Améliorée</i>	<i>Non amélioré</i>	<i>Ne s'applique pas</i>
	11	11	18
	27,5%	27,5%	45%

À la question numéro 21, « Est-ce que vous lisez plus souvent ? », 27,5% ont vu que la formation au Centre Mot à Mot avait été un stimulant à lire plus souvent. Dans ce nombre de personnes, la réponse à cette question comportait, sans sollicitation, les commentaires suivants :

- *Je lis le journal*
- *Je lis les revues*
- *Je fais des mots croisés et des mots cachés*

- *Je lisais déjà mais je lis plus fréquemment de livres*
- *Je comprends plus ce que je lis*

Les niveaux de lecture semblent très variés mais semblent satisfaire les personnes concernées et répondre à leurs besoins, correspondant à un passe-temps.

Un nombre équivalent de personnes (37,5%) n'ont pas eu d'amélioration dans cette compétence. Les commentaires des personnes identifiant certaines raisons sont les suivants :

- *Je n'aime pas lire*
- *Je sais lire*

Quant au 45%, on peut faire l'hypothèse que les compétences en lecture étaient déjà présentes et surtout non recherchées dans la formation au Centre Mot à Mot.

4.6.3 Compétences en calcul

Tableau 19

COMPÉTENCES EN CALCUL			
<i>Compétences CALCUL</i>	<i>Améliorée</i>	<i>Non amélioré</i>	<i>Ne s'applique pas</i>
	17	8	15
	42,5%	20%	37,5%

Les compétences en calcul se sont améliorées chez 42,5% des participants par rapport à 20% qui n'ont pas eu d'amélioration. Ces résultats semblent positifs si l'on tient compte que seulement dix d'entre eux (25%), les avaient identifiées comme objectif. Il faut donc comprendre que les ateliers auront permis à d'autres apprenants de développer des compétences en parallèle avec le français. On se rappelle que la pédagogie utilisée en alphabétisation vise à développer un ensemble de compétences à partir de situations de la vie quotidienne. Donc, les compétences associées au calcul que l'on développe dans les Centres Mot à Mot sont reliées à des besoins de la vie courante, des opérations de base en calcul.

Comme dans le cas de la lecture, 15 personnes (37,5%) ne recherchaient pas le développement de ces compétences.

4.6.4 Compétences en informatique

Dans le domaine de l'alphabétisation, l'utilisation de l'informatique semble être en constante évolution. Dans le rapport du colloque « *Pour une société pleinement alphabétisée* »(6) on note que les TIC (Technologies de l'information et des communications) doivent dorénavant être intégrés au contenu de l'alphabétisation comme outil d'initiation et comme objet d'apprentissage en l'utilisant pour faciliter d'autres apprentissages.

L'utilisation de l'ordinateur est chose courante dans les Centres Mot à Mot, d'abord comme initiation à l'appareil et par la suite, comme support à l'apprentissage du français et du calcul dans une moindre importance.

Tableau 20

COMPÉTENCES EN INFORMATIQUE			
<i>Compétences informatiques</i>	<i>Améliorée</i>	<i>Non améliorée</i>	<i>Ne s'applique pas</i>
	26	6	8
	65%	15%	20%

Avec la question sur les compétences, nous voulions valider l'utilisation de l'informatique dans les Centres Mot à Mot, par l'amélioration des habiletés à l'utiliser. De toute évidence, la réponse à la question ne pouvait qu'être positive, la plupart des apprenants n'ayant à leur inscription au Centre, aucune habileté dans ce domaine. On constate que 65% des participants ont développé ces habiletés et ce, avec beaucoup de satisfaction. Les commentaires qui accompagnaient cette réponse sont les suivants :

- *Quand les enfants parlaient de l'ordinateur, je ne comprenais rien et ce n'est plus le cas ;*
- *Les enfants me demandaient de les aider dans leur recherche à l'école ;*
- *Ça m'a permis de faire de l'Internet et de découvrir qu'il y a de belles choses à voir ;*
- *Comme grand-mère, je peux participer aux discussions avec mes petits- enfants ;*
- *Je me débrouille plus pour faire le budget avec l'ordinateur.*

Malgré le haut taux de développement de ces habiletés, 15% des participants ne semblent pas avoir amélioré leurs compétences. Il faut comprendre que ces participants étaient déjà habiles à utiliser un ordinateur et qu'ils étaient au-delà de l'initiation ; ils se perçoivent plus comme des utilisateurs réguliers à la maison. Le fait que certaines personnes n'ont pas d'ordinateur à la maison et donc ne peuvent se pratiquer pourrait être une autre explication de ce résultat.

Enfin, le troisième bloc, ceux pour qui la question ne s'applique pas sont majoritairement ceux qui ne suivent pas l'engouement pour les TIC et manifestent un refus de s'y intégrer. De ceux-ci, quelques commentaires retenus mettent un bémol à l'utilisation de l'ordinateur en alpha :

- *Ça ne m'intéresse pas de faire du français à l'ordinateur, je préfère les ateliers ;*
- *Il n'y a plus d'ateliers comme autrefois, maintenant c'est juste à l'ordinateur ;*
- *On ne fait pas de mathématique à cause de l'ordinateur.*

L'esprit de ces commentaires semble contenir une certaine insatisfaction de l'importance qu'a prise l'ordinateur sur le temps occupé au préalable par des ateliers de français et de calcul. On semble faire ressortir des besoins en français et en calcul moins bien répondu aux dires des participants.

Dans le rapport du colloque de l'IFPCA en 1999(6), on soulignait déjà l'importance de cette initiation au TIC *«sinon, il deviendra un nouveau champ d'exclusion pour les participants faiblement alphabétisés».*

Cette dernière réflexion vient certainement supporter l'action des Centres Mot à Mot avec l'utilisation de l'ordinateur. Les commentaires associés au tableau 20 semblent plutôt mener à un questionnement de l'importance qu'on donne à l'ordinateur par rapport à des méthodes plus traditionnelles de développement des habiletés en français et en calcul.

Une petite partie de ces participants signifie leur refus d'apprendre l'ordinateur par la non nécessité et par leur âge avancé. Voici les énoncés suivants :

- *À mon âge, je ne commencerai pas à apprendre cela.*
- *Je n'ai pas d'ordinateur et je ne m'en achèterai pas à mon âge.*

Nous disions qu'il fallait peut-être questionner la place que prend les TIC dans la boîte d'outils des Centres. Des derniers commentaires reçus, on peut aussi penser que les compétences liées à l'ordinateur n'ont pas suffisamment été présentées avec toute leur transférabilité dans les activités de la vie courante de plus en plus liés à l'informatique.

4.6.5 Autres compétences

Est-ce que la fréquentation du Centre Mot à Mot vous a permis de développer d'autres compétences ?

Tableau 21

AUTRES COMPÉTENCES		
<i>Autres compétences améliorées</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
	10	30
	25%	62,5%

Pour la majorité (75%), ce qui a été appris a déjà été énoncé dans les réponses précédentes et pour les autres (25%), ils signifient à travers les énoncés suivants, certaines valeurs importantes découvertes à travers la formation.

Commentaires :

- *La rencontre de gens et les liens formés entre eux ;*
- *Une plus grande aisance à parler avec les gens ;*
 - *Une conscientisation à motiver les enfants à étudier et à continuer leurs études ;*
- *La découverte des choses de la vie comme la curiosité ;*
- *Les apprentissages fonctionnels de la vie courante ;*
- *La capacité de lire les affiches en voyage ;*
- *Les apprentissages que j'ai faits ont changé ma vie ;*
- *J'articule mieux lorsque je parle.*

4.7 RAISON DE LA CESSATION DE LA FRÉQUENTATION

Nous avons parlé des raisons et des motivations qui ont amené les participants aux Centres Mot à Mot. Tous l'ont fréquenté entre 1 an et 8 ans. Dans cette question, nous voulions connaître les raisons du départ du Centre ou de la cessation de la formation auprès de celles qui ne fréquentent plus le Centre Mot à Mot soit 30 répondants.

Raisons de la cessation

Tableau 22

RAISON DE LA CESSATION DE LA FRÉQUENTATION DU CENTRE.		
30 participants sur 40 (Plus d'un choix possible)		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Contenu / matériel</i>	1	3,3%%
<i>Attitude de la formatrice</i>	2	6.6%
<i>Transport</i>	1	3,3%
<i>Travail</i>	9	30%
<i>Horaire</i>	1	3,3%
<i>Atteinte des objectifs</i>	6	20%
<i>Manque de motivation</i>	4	13%
<i>Maladie</i>	3	10%
<i>Difficultés d'apprentissage</i>	1	3,3%
<i>Autres raisons</i>	13	22%

De toute évidence, 30% des personnes quittent le Centre Mot à Mot pour aller travailler. Pour certains, c'est la formation qui les a préparés à entrer sur le marché du travail et pour d'autres, la nécessité d'aller travailler est devenue prioritaire sur la formation.

Lorsque les objectifs ont été atteints, 6 d'entre elles (20%) ont choisi de quitter le Centre. C'est du moins ce qu'elles expriment. La santé a aussi obligé 3 personnes à faire de même. D'autres raisons, toutes aussi importantes mais exprimées à des degrés moindres par les participants complètent la liste des raisons du départ.

L'analyse de ces résultats nous permet de regrouper les raisons à partir de 2 autres critères, les raisons intrinsèques à la formation et celles extrinsèques, selon l'influence que peut avoir le Centre Mot à Mot ou la responsable sur la raison donnée.

Ainsi les critères «contenus/attitudes de la formatrice/horaire/atteinte de l'objectif/difficultés d'apprentissage» sont intrinsèques parce qu'ils pourraient être influencés par des interventions de la formatrice.

Pour les autres critères comme le transport, le travail et la maladie, ils sont vraiment hors d'influence du Centre Mot à Mot.

Nous excluons de ce regroupement les treize personnes qui ont exprimé avoir d'autres raisons.

La compilation sous ces deux critères nous donne la répartition suivante :

Critères intrinsèques	quinze personnes
Critères extrinsèques	treize personnes

Est-ce que, vu sous cet angle, les raisons intrinsèques évoquées par quinze personnes auraient pu être influencées, voire même empêchées ou retardées un départ du Centre.

Commentaires des répondants dans *autres raisons* :

Je n'ai plus d'ordinateur
J'ai appris à naviguer sur Internet, j'en avais plus besoin
Je garde les enfants de ma fille
Je voulais écrire un livre
C'est un choix personnel
Besoin de passer au secondaire
Raison personnelle/familiale
Les enfants
Implication personnelle
Passer à autre chose
Besoin en français non répondu
Garder un parent à la maison
N'est pas intéressée à faire de l'ordinateur

4.8 DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Lorsque nous avons demandé aux participants s'ils avaient vécu une difficulté importante pendant leur passage au Centre Mot à Mot, 75% d'entre eux reconnaissent n'avoir eu aucune difficulté significative. Les autres ont identifié comme suit ce qui aura été une difficulté significative pour eux:

- *La relation avec les autres*
- *L'ouverture avec des gens différents*
- *Utiliser l'ordinateur*
- *Les mathématiques*
- *Le français écrit*
- *Les règles du français*
- *L'attitude de la formatrice ;*
- *Des différents avec la formatrice.*

4.9 ATTEINTE DES OBJECTIFS

La question sur l'atteinte des objectifs a été posée aux 30 personnes qui ne fréquentent plus les Centres Mot à Mot. Comme à la question numéro 9, plusieurs choix étaient possibles. Les participants s'inscrivant aux Centres Mot à Mot souhaitent développer des compétences académiques, des compétences personnelles ou les deux à la fois.

Pour chacun des objectifs identifiés nous demandions aux participants de qualifier leurs réponses sur une échelle graduée de 1 à 10. Nous prions le lecteur de noter que tous les énoncés du questionnaire n'ont pas été reproduits dans le tableau 23, les autres n'ayant pas été choisis. Pour en connaître la teneur se référer en annexe 1 question numéro 26.

ATTEINTE DES OBJECTIFS

Tableau 23

ATTEINTE DES OBJECTIFS. (PLUS D'UN CHOIX POSSIBLE)								
30 RÉPONDANTS SUR 40								
<i>Objectifs académiques</i>	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Améliorer mon français</i>		2	2	2		6	3	15
		6,6%	6,6%	6,6%		20%	10%	50%
<i>Objectifs Sociaux</i>	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Aider les enfants (devoirs, recherches)</i>					1	1	1	3
					5,2%	5,2%	5,2%	10%
<i>Connaître des gens / Sortir de l'isolement</i>			1	1	.	2	5	12
			3,3%	3,3%	10%	6,6%	16,6%	40%
<i>Faire des activités sociales</i>						1		1
						3,3%		3,3%
<i>Objectifs Personnels</i>	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Améliorer ma confiance en moi</i>			1	1	2	2	2	8
			3,3%	3,3%	6,6%	6,6%	6,6%	26%

Le seul objectif académique retenu est celui de « l'amélioration du français ». Quinze répondants l'ont choisi et de ce nombre 9 notent une amélioration très importante alors que les autres la qualifient de moyennement importante.

Les objectifs liés à la poursuite des études et au retour au travail n'ont pas fait l'objet de choix. Soulignons que dans le tableau numéro 16, pour l'ensemble des participants, 35 nous avaient souligné l'amélioration dans la compétence écriture

alors que le résultat du présent tableau, quant au français ne correspond même pas à 50% de ce nombre. Il y aurait lieu de se questionner sur cet écart, questionnement que nous ferons à la fin de la présente partie.

Trois personnes estiment avoir atteint leur objectif « d'aider leurs enfants dans les devoirs et recherches scolaires ». Encore ici, on constate un écart plus significatif par rapport au tableau 16 alors que 16 apprenants l'avaient choisi comme apport important.

Au cours de la fréquentation du Centre Mot à Mot, 13 personnes, soit 40% de celles qui ont déjà quitté le Centre, soulignent l'atteinte de leur objectif lié à « connaître du monde et sortir de l'isolement ». De ce nombre onze le qualifient de façon très importante soit entre 8 et 10 sur l'échelle de mesure.

Enfin, dans le tableau, un dernier élément qui peut avoir une valeur significative « l'amélioration de la confiance en soi ». Huit personnes en mesurent l'atteinte comme objectif avec des valeurs variant entre 6 et 10.

L'ensemble des données de ce tableau nous interroge. Afin de mieux en comprendre la signification, nous avons comparé ces éléments à ceux semblables des tableaux 9 et 16.

Tableau 24

COMPARAISON DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS À L'ARRIVÉE ET À LA CESSATION			
Description	Objectif à l'arrivée (40 participants) tableau 9	Apports de la formation (40 participants) tableau 16	Atteinte de l'objectif (30 participants) tableau 23
<i>Aider les enfants</i>	5	16	3
<i>Rencontrer du monde</i>	20	14	13
<i>Améliorer la confiance en soi</i>	3	24	8
<i>Améliorer le français</i>	28	35	15

D'abord quelques éléments d'information. La première colonne référant au tableau numéro 9 comportait 40 répondants la deuxième, tableau numéro 16, un nombre identique de répondant. La dernière colonne regroupe uniquement 30 répondants ; les autres n'ont pas été questionnés sur l'atteinte des objectifs étant donné qu'ils fréquentent encore le Centre.

La comparaison de la première et dernière colonne peut avoir une certaine signification. D'abord, nous retenons que ces quatre énoncés représentent les quatre objectifs ou objets d'apprentissage ou de développement les plus retenus par les participants.

Pour le premier, «aider les enfants...» cinq l'avait identifié à leur arrivée, trois le choisissent dans l'atteinte et l'évalue comme relativement élevé alors que seize

des apprenants l'avaient identifié comme un apport important dans le tableau numéro 16.

« Connaître du monde et sortir.....» choisi par 20 à l'arrivée, 13 à la sortie est en cohérence avec la donnée du tableau numéro 16 soit 14.

Le troisième élément, peu identifié comme objectif à l'arrivée voit sa valeur triplée lorsque identifié dans le tableau numéro 23. La comparaison entre les colonnes 2 et 3 dénote un écart important. Nous comprenons que des répondants, de l'ordre de la vingtaine, reconnaissent leur développement sous cet angle sans l'avoir identifié comme objectif à l'inscription.

Enfin, le seul énoncé à caractère pédagogique retenu, à savoir, « améliorer mon français», ne représente pas une donnée très significative à notre avis. Si 28 personnes, (70%) l'avaient identifié comme la raison principale de leur inscription au Centre Mot à Mot, quinze (50%) en évalue l'atteinte comme objectif alors que 35 sur 40 (87%) l'avaient identifié comme apport important. On aurait dû retrouver une donnée plus près du 70% de ceux qui ont quitté.

Dans l'ensemble de l'analyse de ce tableau, nous serions portés à donner priorité aux valeurs du tableau numéro 16 par rapport aux deux autres, les réponses à ces quatre sous-questions étant plus subjectives et moins formelles que dans les deux autres questions. Et c'est justement à la formulation des questions que nous faisons référence. Cela peut sembler contradictoire de valider des valeurs plus subjectives.

Dans les questions du tableau numéro 16 nous demandions aux gens «.....comment cette formation vous a aidé ou changé quelque chose dans votre vie au plan de» La première des trois questions était ainsi formulée : « Pourquoi avez-vous choisi de fréquenter le Centre Mot à Mot? ». Et la dernière : « Est-ce que votre objectif a été atteint? » Nous croyons que les questions du tableau 16 ont rejoint les apprenants dans leur vécu et de ce fait, ils sont plus en mesure de donner une réponse significative pour eux parce que concrète dans leur esprit.

Dans les deux autres formulations, nous pensons que les participants ont cherché une réponse pour nous satisfaire et moins significative, c'est du moins notre avis. De plus, le concept *objectif* lui-même ne semble pas avoir été compris dans le sens de point d'arrivée.

4.10 COMMENTAIRES SUR LES CENTRES MOT À MOT OU LA FORMATION

Suite aux questions, nous avons demandé à chacun des participants de nous formuler d'autres commentaires qu'ils souhaitaient faire sur le Centre Mot à Mot ou sur la formation. Nous croyons important qu'ils soient rapportés et connus.

COMMENTAIRES POSITIFS

1. Rendre le Centre accessible aux jeunes qui fréquentent St-Michel pour faire leurs travaux ;
2. Qualité de la formatrice/informatique/ le Centre n'est pas connu ou mal connu/ compréhension de la formatrice/
3. Place de l'informatique ;
4. Permettre des cours en soirée ;
5. N'a jamais été à l'école / ça été une expérience extraordinaire ;
6. Je le recommanderais à d'autres ;
7. La publicité par témoignage / qualité de la formatrice / pas de discrimination ;
8. La formatrice est très près des apprenants / importance de l'informatique ;
9. Intéressée à continuer éventuellement ;
10. L'individualisation très importante ;
11. Il faut que les gens viennent voir comment ça se passe ;
12. Il faut que ça continue / la formatrice montre la vraie vie ;
13. Il faut que ça continue / c'est une porte pour aller plus loin ;
14. Expérience positive / a amené son mari et sa fille ;
15. Continuer l'informatique / climat agréable ;
16. Cela répond à mes besoins ;
17. A beaucoup profité des sorties à l'extérieur de la région / c'est important et valorisant pour certains ;
18. Important que ça continue

COMMENTAIRES NÉGATIFS

1. Trop de contenus différents/passer plus de temps sur la même matière /expliquer pourquoi on a des fautes en français ;
2. La présence de personnes handicapées peut nuire à certaines personnes ;
3. Difficulté lorsqu'il y a une
4. Remplaçante / le Centre mal connu ;
5. Besoins non répondus en français ;
6. Besoins non répondus / organisme très important pour des personnes qui veulent acquérir des connaissances ;
7. Besoins français / mathématiques non
8. Répondus / moins d'ordinateur ;
9. Attention aux degrés multiples ;
10. La publicité ne rejoint pas les analphabètes / pas comprise
11. Faire mieux connaître la réalité du Centre / faire plus de mathématique ;
12. Faire des activités pour découvrir (ex : généalogie) / la publicité est trop axée sur la formation de base ;
13. Donner plus d'aide pour comprendre le français ;

ANALYSE DES RÉSULTATS VOLET 
SENSIBILISATION-
recrutement

À partir des résultats des questionnaires, dans cette partie, nous constaterons d'abord la connaissance de la réalité de l'alphabétisation et de l'existence des Centres Mot à Mot auprès des organismes.

Par la suite, nous analyserons les résultats en rapport à la publicité elle-même quant à ses qualités, son efficacité et son importance. Nous ferons cette analyse à partir des réponses des apprenants et des responsables des organismes.

Enfin, nous connaissons l'intérêt des organismes à jouer un rôle en alphabétisation et à collaborer avec les Centres Mot à Mot de la municipalité.

5.1 CONNAISSANCE DE L'ALPHABÉTISATION

5.1.1 Connaissance du problème

Les quatre premières questions concernent l'identification de l'organisme, des services offerts et de la personne interviewée. Ces données ne feront pas l'objet de transcription dans le rapport. Nous débuterons l'analyse par la question numéro 5.

Y a-t-il un problème d'analphabétisme dans notre région?

Tableau 25

Y A-T-IL UN PROBLÈME D'ANALPHABÉTISME DANS
NOTRE RÉGION? (organismes)

<i>Oui / Non</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Oui</i>	11	100%
<i>Non</i>	0	0%

Les 11 responsables des organismes reconnaissent l'existence d'un problème d'analphabétisme dans notre région. Toutefois, les questions suivantes nous démontreront que bien peu d'entre eux sont capables de définir l'analphabétisme d'une façon claire. Il ne faut donc pas se surprendre si elles n'ont pas une opinion sur l'importance du problème qu'elles reconnaissent. C'est ce que nous confirme le tableau numéro 26.

Dans votre municipalité, sur 100 personnes, combien auraient besoin de la formation en alphabétisation dispensée par le Centre Mot à Mot ?

Tableau 26

NOMBRE DE PERSONNES SUR 100 QUI ONT BESOIN DE LA FORMATION DONNÉE AU CENTRE MOT À MOT(organismes)						
Choix	2%	5%	10%	15%	20%	25%
Nombre	1	0	4	2	4	0
Pourcentage	9%	0%	36%	18%	36%	0%

Selon plusieurs études, dont celle de l'EIAA (1994), et le document *Lire l'avenir. Portrait de l'analphabétisme au Canada* (1997) on situe le problème entre 21.1% et 28% de la population.

Dans notre recherche, quatre personnes situent les problèmes près de son niveau minimal de 21.1% soit le tiers des responsables des organismes. Quant aux autres, nous pensons que leur sous-évaluation correspond à une méconnaissance du problème.

Qu'est-ce que l'alphabétisation ?

La question suivante visait à valider les précédentes. Lorsque nous demandions : « Selon-vous, qu'est-ce que l'alphabétisation? », la moitié des répondants situait ce qu'est l'alpha par des réponses générales comme, « *aider ceux qui ont besoin de formation* ou *améliorer les compétences des gens* ». Cela semble démontrer que pour ce 50% des répondants, être analphabète va au-delà de la lecture et de l'écriture et du calcul. Justement, l'autre moitié limite les objets de l'alphabétisation à l'apprentissage de l'écriture et de la lecture :

Aider ceux qui ont besoin de formation (5)
Montrer à lire et à écrire (1)
Cours de français (1)
Améliorer les compétences des gens (1)
Apprendre à lire et à écrire (3)

Dans l'ensemble, nous avons remarqué que les gens n'étaient pas à l'aise avec cette question et n'étaient pas en mesure de nous fournir des détails.

5.2 CONNAISSANCE DU CENTRE MOT À MOT

5.2.1 Connaissance de l'organisme

Par les quatre questions suivantes, nous avons voulu vérifier leur connaissance du Centre Mot à Mot sous divers aspects tels que son rôle, sa clientèle et sa localisation.

Avez-vous déjà entendu parler du Centre Mot à Mot et si oui comment ?

Tableau 27

CONNAISSANCE DE L'EXISTENCE DU CENTRE MOT À MOT (organismes)		
100% ont répondu oui		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Apprenants</i>	9	81%
<i>Formatrice</i>	3	27%
<i>Publicité écrite</i>	4	36%
<i>Autres</i>	2	18%

Tous les responsables connaissent l'existence de cet organisme d'éducation dans leur milieu et pour 9 d'entre eux (81%), c'est par des apprenants qu'ils l'ont appris. Deux d'entre eux l'ont déjà fréquenté en tant qu'apprenants.

Cela démontre la grande importance de l'image du Centre qui est propagée par ceux et celles qui le fréquentent. Comme nous l'avons constaté dans la partie précédente du document, tableau 15, cette image du Centre est *évaluée d'une façon très positive par les apprenants*.

L'information donnée par les formatrices s'ajoute au 27% de répondants. Elle représente une information plus directe avec des personnes concernées. Cela confirme aussi ce que l'étude à laquelle nous faisons référence précédemment affirme que les apprenants et les intervenants étaient les deux premiers outils de transmission de l'information. Évidemment le fait que deux responsables des organismes aient déjà fréquenté le Centre devrait ajouter à la qualité de cette information.

La publicité écrite (36%), et ici, on faisait référence à celle publiée dans le journal municipal, vient augmenter les informations obtenues par les apprenants ou la formatrice.

En tenant compte de ce que nous venons d'avancer, nous nous questionnons sur le fait que les responsables reconnaissent si peu l'alphabétisation malgré qu'ils aient été informés par des personnes directement concernées : *les apprenants et la formatrice*. Faut-il se questionner sur la qualité de l'information donnée ou sur l'interprétation qu'on peut en faire?

5.2.2 Rôle de l'organisme

Tableau 28

QUEL EST LE RÔLE DU CENTRE MOT À MOT AUPRÈS DES GENS INSCRITS À LA FORMATION (organismes)		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Apprendre à lire</i>	5	45%
<i>Apprendre à écrire</i>	5	45%
<i>Formation de base</i>	5	45%
<i>Préparer au marché du travail</i>	1	9%
<i>Faire des activités sociales</i>	1	9%
<i>Préparer à l'implication sociale</i>	1	9%

Les réponses à cette question sont cohérentes avec celles du tableau 27 où l'on vérifiait les connaissances sur l'alphabétisation.

Ainsi à un même niveau (45%), les répondants situent le rôle des Centres Mot à Mot au développement des compétences que ce soit à lecture, l'écriture ou plus globalement la formation de base.

Deux des trois autres choix, quoique peu significatifs en pourcentage (9%), soit une personne pour chacun, correspond à des résultats concrets obtenus par des apprenants et énoncés dans l'analyse du tableau 16 du volet formation.

Les commentaires relevés de l'entretien donnent une vision plus générale du rôle des Centres Mot à Mot.

Liste des commentaires :

- Pour apprendre le calcul et l'informatique*
- Le Centre est très important pour les gens*
- C'est un lieu d'apprentissage en général*
- Il répond à leurs besoins*
- Continuer à former les gens*
- C'est la personne d'abord qui est importante*

5.2.3 La clientèle

Tableau 29

LES GENS QUI FRÉQUENTENT LE CENTRE MOT À MOT... QUI SONT-ILS? (organismes)		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Ne savent pas lire</i>	6	54%
<i>Ne savent pas écrire</i>	8	72%
<i>Difficultés d'apprentissage</i>	1	9%
	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Manque d'autonomie</i>	1	9%
<i>Connaître du monde</i>	1	9%
<i>Pas terminé le secondaire</i>	1	9%
<i>Sans métier</i>	1	9%
<i>Sécurité du revenu</i>	1	9%
<i>Personnes âgées</i>	4	36%
<i>Femmes à la maison</i>	2	18%

Par cette question, nous voulions vérifier si les responsables pouvaient nommer certaines caractéristiques qualifiant le statut des personnes qui fréquentent le Centre.

Évidemment, on constate que les caractéristiques liées à l'absence de compétence en lecture et en écriture sont celles qui sont énoncées, 54% et 72% et correspondent le plus à la vision qu'ils ont de l'alphabétisation et des Centres Mot à Mot tel que présentée précédemment.

Deux autres choix réfèrent au statut social des apprenants, soit celui de personne âgée et de femme à la maison. Dans le cas premier, celui de personne âgée énoncée par plus du tiers des répondants (36%), il ne faut pas s'en surprendre. En effet, dans la partie précédente, au tableau 7 du volet formation, on constate que 45% de ceux qui fréquentent les Centres Mot à Mot ont plus de 51 ans et 80% plus de 41 ans. Leur vision correspond donc avec la réalité.

Tous les autres énoncés correspondent aussi à des caractéristiques présentes chez certains qui fréquentent les Centres Mot à Mot.

5.2.4 Localisation

Savez-vous où est situé le Centre Mot à Mot ?

Tous les répondants (100%) sont capables de localiser le Centre Mot à Mot dans leur municipalité. Soulignons que les quatre Centres sont situés dans des édifices publics, soit l'école primaire, le Centre culturel ou l'hôtel de ville. Dans le cas de Shipshaw et St-Ambroise leur localisation dans des édifices municipaux valorise

probablement la perception qu'on en a à cause de l'importance qu'en général on donne à ces bâtiments dans la vie municipale d'adulte.

Par contre, dans le cas de Bégin et St-Charles-de-Bourget, les deux Centres sont situés dans une école primaire; on aurait pu penser que leur localisation dans un tel édifice pouvait influencer la perception à cause de la présence d'enfants dans le même lieu ou si l'on veut, la présence d'adultes qui *retournent faire leur primaire dans une école d'enfants*. Les commentaires reçus nous indiquent que l'hypothèse que nous faisons dans ces deux derniers cas s'avère fausse. C'est donc que l'hypothèse première s'applique pour les quatre Centres : *le lieu physique est important et valorisant*.

5.3 PUBLICITÉ

Dans cette partie de l'analyse, nous utilisons les résultats des deux questionnaires pour les réponses touchant la publicité. C'est le cas pour les questions numéros 27 à 32 pour celui des apprenants et les questions numéros 8 à 14 pour celui des organismes (voir en annexe les questionnaires).

5.3.1 Connaissance de la publicité

Même si les questions étaient formulées différemment, l'objectif était de vérifier s'ils avaient déjà vu la publicité et par quel média.

AVEZ-VOUS DÉJÀ VU OU ENTENDU LA PUBLICITÉ SUR L'APHABÉTISATION?

Tableau 30

CONNAISSANCE DE LA PUBLICITÉ SUR L'ALPHA. (organismes)		
<i>Choix</i>	<i>Nombre</i>	<i>pourcentage</i>
<i>Télévision</i>	6	54%
<i>Journal local</i>	9	81%
<i>Autres</i>	2	18%

D'une part, les responsables des organismes ont tous déjà vu au moins une publicité faite par les Centres Mot à Mot que ce soit pour la sensibilisation et là on réfère à la télévision (54%) ou que ce soit pour les services offerts à travers le journal municipal (81%), dans un objectif visant davantage le recrutement.

Connaissance de la publicité

Tableau 31

CONNAISSANCE DE LA PUBLICITÉ (apprenants)		
<i>Publicités déjà vues</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
<i>Publicité sur la formation</i>	30	10
	75%	25%
<i>Publicité du Centre</i>	35	5
	87,5%	12,5%

Pour les apprenants, les résultats vont dans le même sens, quoique plus importants dans les deux cas. Ainsi, 75% de ceux-ci ont déjà vu la publicité à la télévision et 87% celle sur le Centre et ses services

Les deux médias semblent jouer le rôle qu'on attend d'eux. Toutefois, les résultats démontrent l'importance que prend le journal municipal à faire la promotion des services des Centres.

5.3.2 Évaluation de la publicité

5.3.2.1 Évaluation qualitative de la publicité

Dans les questions suivantes, nous voulions vérifier les aspects qualitatifs de la publicité et son importance comme outil de promotion.

Tableau 32

LA PUBLICITÉ ÉTAIT-ELLE... ? (organismes)				
<i>Qualificatif</i>	<i>Oui</i>		<i>Non</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Claire</i>	11	100%	0	0%
<i>Pertinente</i>	9	81%	3	27%
<i>Services</i>	9	81%	3	27%

D'entrée de jeu, pour les organismes, nous ne croyons pas qu'il faille donner une valeur très significative aux réponses des questions numéros 9-10-11, concernant les aspects qualitatifs de la publicité. Dans les entretiens téléphoniques, les répondants ne semblaient pas avoir d'image très claire des publicités auxquelles ils faisaient référence. Plusieurs, après une première réponse, nous le soulignaient.

De façon très majoritaire, les répondants évaluent positivement la publicité quant à la clarté et la pertinence du contenu et l'information sur les services offerts par le Centre.

Par contre, six d'entre eux soit (54%) des répondants, la trouvent inadéquate concernant la pertinence du contenu et l'information sur les services offerts. Faut-il donner à ces réponses plus de crédibilité qu'à celles positives? Tenant compte

de la réserve énoncée précédemment et qu'aucun d'entre eux n'était en mesure d'expliquer pourquoi, notre sous-question les embarrassant, nous avons les mêmes réserves sur ces réponses.

Chez les apprenants, une seule question vérifiait l'aspect qualitatif de la publicité. Nous voulions savoir si celle-ci, soit à la télévision, soit dans le journal municipal, était incitative. Est-ce qu'elle donne le goût de s'inscrire?

Publicité incitative

Tableau 33

PUBLICITÉ INCITATIVE? (apprenants)		
	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
<i>Est-elle incitative?</i>	19	21
	47,5%	52,5%

Les réponses à cette question sont très partagées, alors que 47,5% l'ont perçu comme incitative, la majorité, 52,5%, sont d'avis contraire. Les quelques commentaires ajoutés dans ce dernier cas soulignent qu'elle ne rend pas très bien la réalité vécue au Centre, à savoir que celle-ci est plus stimulante que celle présentée dans la publicité.

Cette position très partagée de la publicité nous questionne. A priori, nous étions portés à donner la même réserve que pour les organismes. Toutefois, elle peut prendre un sens différent si nous faisons un lien avec d'autres tableaux, dont, le tableau 8 des apprenants concernant l'incitatif à l'inscription. Ainsi, 57% des répondants s'étaient inscrits sur l'incitation des autres apprenants ou de la formatrice, soit 23 sur 40. De ce nombre, 11 soit 48%, trouvent la publicité non-incitative. Faut-il penser que pour eux, la publicité utilisée les rejoindrait difficilement de toute façon. Ou bien, comme le confirme des recherches, ceux qui s'inscrivent le font par décision parce qu'ils sont prêts et non pas à cause de la publicité.

D'autre part, à la question 31, concernant les meilleurs moyens pour rejoindre la population, les 11 personnes dont nous faisons mention précédemment se retrouvent parmi les 26 apprenants qui privilégient le « bouche à oreille » comme meilleur outil de promotion.

Pour en revenir à l'aspect incitatif de la publicité, on pourrait faire l'hypothèse que la moitié de ceux qui ont répondu ne se sentent pas concernés par la publicité et de ce fait, la juge négative.

5.3.3 Importance et efficacité de la publicité

Dans les deux questionnaires, nous avons vérifié l'importance faite à la publicité pour sensibiliser et recruter des gens.

Chez les répondants d'organismes, tous en reconnaissent l'utilité. Dans la liste des commentaires qui suit, ils précisent leur réponse:

Commentaires :

Pour rejoindre les gens qui en ont besoin
C'est valorisant pour les gens de fréquenter le
Centre
Pour amener les gens au Centre
Pour informer les gens
Pour éveiller la population
Pour aider les gens à se développer

Cette nécessité de la publicité est aussi reconnue par 97,5% des apprenants soit 39 sur 40 répondants. Le «bouche à oreille» semble être privilégié lorsqu'on leur demande le meilleur moyen pour rejoindre les gens.

À QUEL NIVEAU FAUT-IL FAIRE DE LA PUBLICITÉ?

Tableau 34

À QUEL NIVEAU FAUT-IL FAIRE DE LA PUBLICITÉ? (organismes)		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Provincial</i>	1	9%
<i>Régional</i>	3	27%
<i>Local</i>	7	63%

Lorsqu'on leur demande de privilégier le meilleur moyen, selon eux, pour recruter des apprenants, les réponses convergent à nouveau partiellement. Ainsi, les organismes privilégient à 63% la publicité locale, soit celle dans la municipalité et l'outil mis en évidence est le journal municipal.

Nous pensons que la télévision / radio, privilégiées par le tiers des répondants, réfèrent plus à la sensibilisation par l'importance de la clientèle qui est visée, une région ou une municipalité ; par le journal municipal il faut penser au recrutement, rejoignant le lecteur et son environnement immédiat.

Les questions étant formulées différemment, les réponses des apprenants nous donnent un portrait plus significatif des moyens qu'ils privilégient pour assurer le recrutement. Il faut d'abord souligner qu'ils se sentent plus concernés étant eux-mêmes très valorisés par la fréquentation du Centre.

Tableau 35

LE MEILLEUR MOYEN DE PUBLICITÉ POUR REJOINDRE LES GENS. (apprenants)				
<i>Moyen de rejoindre les gens</i>	<i>Télévision</i>	<i>Journaux</i>	<i>Journaux locaux</i>	<i>Bouche à oreille</i>
	1	1	11	26
	2,5%	2,5%	27,5%	65%

Ainsi, 65% des répondants choisissent le « bouche à oreille » comme le meilleur moyen de rejoindre la population pour faire le recrutement. Il est intéressant de souligner que de ce nombre, 65% soit 17 sur 26, ont choisi de s'inscrire au Centre Mot à Mot sur l'incitation d'un autre apprenant ou de la formatrice.

C'est donc dire que ce qui aura été pour eux, l'incitatif à s'inscrire, demeure leur outil prioritaire pour faire la promotion du Centre auprès de la population. Il y aurait lieu de réfléchir sur l'utilisation qu'on fait des apprenants comme moyen de promotion. Quelques répondants nous ont d'ailleurs souligné que dans les messages télévisuels, les témoignages d'apprenants les touchent particulièrement.

Nous ne doutons pas de l'efficacité de ce moyen quand il s'agit de convaincre une personne de la même génération. Le sera-t-il autant pour attirer un jeune tout aussi vulnérable dans cette société qui exige de plus en plus de chacun des individus ?

5.4 L'ORGANISME ET L'ALPHABÉTISATION

Dans la prochaine partie de l'analyse, nous verrons comment se situe l'organisme en regard de ses membres présentant des difficultés en rapport avec l'analphabétisme.

5.4.1 Perception des besoins chez les membres

Dans votre bénévolat, avez-vous l'occasion de rencontrer des gens qui ont des difficultés de lecture ou d'écriture?

Tableau 36

PERCEPTION DES BESOINS DES MEMBRES EN ALPHABÉTISATION (organismes)		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Souvent</i>	2	18%
<i>De temps en temps</i>	1	9%
<i>Rarement</i>	7	63%
<i>Jamais</i>	1	9%

Dans l'ensemble les organismes consultés offrent à plus de 80%, des services aux 40 ans et plus et majoritairement aux 50 ans et plus. On pourrait penser que dans ces tranches d'âge, les problèmes liés à un faible niveau de scolarisation seraient plus importants. Cela ne semble pas être démontré par le tableau 36. En effet, seulement 2 responsables des organismes rencontrent souvent des personnes présentant ces difficultés; il s'agit d'un organisme qui aide les jeunes à retourner sur le marché du travail et un autre qui donne des services de maintien à domicile pour personnes âgées et handicapées. Un organisme qui rencontre rarement ce type de personnes assure le fonctionnement d'une bibliothèque. Il nous semble à peu près normal qu'on y rencontre peu de personne qui ont ce type de difficultés. Si l'on se réfère aux données descriptives des milieux socio-économiques, ceux-ci présentaient un nombre important de citoyens (761) qui n'avait pas un niveau de formation atteignant la certification des études secondaires.

On peut supposer qu'une partie des citoyens qui présentent une faible scolarisation, sont membres des organismes AFEAS et Club d'Âge d'or et donc susceptibles de présenter ces difficultés lors de leurs activités. Ou bien, elles sont très bien dissimulées et non perçues ou bien, et c'est notre hypothèse, l'information est connue mais on n'ose pas parler aux gens d'un sujet tabou comme celui-là. Nous pensons aussi que les responsables de ces organismes sont mal sensibilisés et ne sont donc pas en mesure de déceler ce type de difficultés et d'y réagir. Cette sensibilisation des responsables devrait être faite à chaque fois qu'une nouvelle personne est nommée à la tête d'un organisme.

5.4.2 Intervention pertinente auprès de membres

Le tableau précédent nous informait que 67% des organismes rencontraient « rarement ou jamais » des personnes avec ce genre de difficultés. Dans le tableau qui suit, on constate que 7 répondants nous disent avoir déjà fait quelque chose pour aider ces personnes.

Est-ce que vous avez déjà fait quelque chose pour aider ces personnes ?

Tableau 37

INTERVENTION PERTINENTE POUR RÉPONDRE AUX BESOINS EN ALPHABÉTISATION (organismes)	
<i>Oui</i>	<i>Non</i>
7	4
63%	36%

Qu'est-ce que vous avez fait? (plus d'un choix est possible)

Plus de la moitié des responsables soit 7 ou 63% sont déjà intervenus auprès des personnes, soit :

- pour informer (36%)

- pour les aider personnellement (27%)
- pour les impliquer dans l'organisme (18%)

Tableau 38

TYPE D'INTERVENTIONS (organismes)			
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Distribuer de l'information</i>	1	9%	36%
<i>Informers les gens</i>	3	27%	
<i>Aider ces personnes</i>	2	18%	27%
<i>Soutenir.</i>	1	9%	
<i>Les impliquer dans l'organisme</i>	2	18%	
<i>Référencer au Centre Mot à Mot</i>	0	0%	

Et enfin, nous pensons que c'est une donnée très significative qu'aucun d'entre eux n'ait déjà référé une personne aux Centres Mot à Mot. Toutefois, lorsqu'on leur pose la question directement : « Avez-vous déjà recommandé à une personne de fréquenter le Centre Mot à Mot? », sept personnes (63%) ont déjà fait une telle recommandation. Les chiffres sont cohérents à ceux du tableau précédent.

Globalement, il semble que les responsables des organismes soient mal informés comme nous l'avons déjà avancé précédemment pour faire des interventions pertinentes auprès de leurs membres

Ils ne perçoivent pas les difficultés présentées par certaines personnes et en conséquence ne font pas ou peu de recommandations auprès des ressources concernées; ou bien n'ose pas les faire.

Voilà une situation qui semble plutôt claire pour les Centres Mot à Mot. Les responsables de ces organismes se sentent peu concernés par les personnes présentant un niveau faible de scolarisation.

Faut-il mieux les informer? Faut-il mieux les outiller? Faut-il démolir le mythe de l'analphabétisme? Comment les impliquer davantage?

5.5 PERCEPTION DES CENTRES MOT À MOT (apprenants)

Finalement, dans cette dernière partie du volet « sensibilisation – recrutement », nous avons voulu connaître la perception que les gens avaient du Centre Mot à Mot, soit de l'intérieur par les apprenants ou soit de l'extérieur par les responsables des organismes.

Il est évident que la qualité de cette perception influencera la qualité du recrutement ou de la référence.

Aux apprenants, nous leur avons demandé : « Selon vous, qu'est-ce que la population de votre municipalité pense du Centre Mot à Mot? ».

PERCEPTION DU CENTRE MOT À MOT

Tableau 39

PERCEPTION DU CENTRE MOT À MOT PAR LA POPULATION (apprenants)							
<i>Perception du Centre dans la municipalité</i>	<i>Positive</i>	<i>Partagée</i>	<i>Négative</i>	<i>Valorisante</i>	<i>Pas connu</i>	<i>Mal connu</i>	<i>Pas d'opinion</i>
	17	3	6	1	3	4	1
	42,5%	7,5%	15%	2,5%	7,5%	10%	2,5%

Bien sûr, la réponse à cette question est basée sur leur propre expérience. Ainsi, des personnes qui ont déjà fait l'objet des réflexions suivantes : « Qu'est-ce que tu fais là? » « Tu sais lire et écrire, ce n'est pas ta place! », auront tendance à reconnaître l'image du Centre Mot à Mot comme négative, évidemment parce que le Centre représente beaucoup plus que cela pour eux. Par contre, ceux qui sont valorisés par la famille ou les amis à cause de leur présence au Centre Mot à Mot auront tendance à percevoir une image positive auprès de la population.

Si l'on regroupe les réponses « positives et valorisantes », 45% des répondants croient que le Centre Mot à Mot est bien perçu par la population.

Si l'on fait de même avec les réponses « négatives » « pas connu et mal connu », cela représente 27,5% des apprenants qui pensent que la population n'est pas informée ou mal informée à propos des Centres Mot à Mot. Enfin, huit répondants (20%) n'ont pas d'opinion ou ne savent pas.

Plusieurs raisons semble-il, peuvent expliquer ce pourcentage relativement important d'absence de réponse positive ou négative. Les participants nous disaient :

- je ne sors pas de la maison;
- je demeure éloigné du village
- je ne participe pas aux activités du village;
- je ne m'en préoccupe pas

Lorsqu'on relie la fréquentation à cet élément de réponse, on constate que 50% des « sans opinion » fréquentent encore le Centre, donc 4 personnes sur 8.

Le troisième bloc de réponses représentant 7.5% des répondants, ont une perception partagée; ils nous disent que « des gens parlent du Centre Mot à Mot positivement » et d'autres « ils ne comprennent pas ce que je fais là ».

Toujours sous le thème de la « perception du Centre Mot à Mot », plusieurs questions ont été posées aux responsables des organismes.

On se rappelle que tous les répondants connaissaient l'existence du Centre Mot à Mot et savaient où il était situé.

Comme nos perceptions peuvent être influencées par la localisation physique, nous avons vérifié s'il était bien situé dans la municipalité. Tous nous ont répondu dans l'affirmative. Quant à l'intérêt de le visiter, plusieurs l'ont déjà fait et les autres acceptent de le faire si on les y invite.

Les trois dernières questions visaient à confirmer la perception des organismes à propos du Centre Mot à Mot et leur intérêt à collaborer.

Recommanderiez-vous un ami ou un parent ?

Tableau 40

RECOMMANDATION À UN AMI/PARENT (organismes)		
<i>Réponse</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Oui</i>	11	91%
<i>Non</i>	0	0%
<i>Ne sait pas</i>	1	9%

Comme le Centre n'est pas mal perçu mais plutôt mal connu, les réponses sont très positives. En effet, 92% se disent prêt à recommander un ami ou un parent qui en aurait besoin. Le besoin correspond, évidemment, comme ils l'ont identifié précédemment à ne pas savoir lire ni écrire.

Est-ce que votre organisme a un rôle à jouer en alphabétisation ?

Tableau 41

RÔLE À JOUER EN ALPHA POUR L'ORGANISME		
<i>Description</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Informers les membres</i>	7	63%
<i>Se concerter</i>	0	0%
<i>Ne sait pas</i>	2	18%
<i>Rendre la biblio accessible</i>	1	9%
<i>Aider au financement</i>	1	9%
<i>Eduquer</i>	0	0%

Les réponses à cette question sont cohérentes avec les résultats des tableaux 37 et 38, à savoir que 7 responsables des organismes se reconnaissent un rôle à jouer en alphabétisation. Six des sept répondants sont les mêmes qui ont dit avoir déjà fait quelque chose pour aider ou avoir recommandé le Centre Mot à Mot.

Tableau 42

COLLABORATION AVEC LE CENTRE MOT À MOT (organismes)		
<i>Réponses</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcentage</i>
<i>Oui</i>	8	72%
<i>Non</i>	1	9%
<i>Ne voit pas comment</i>	2	18%

Ce rôle, semble-t-il, se limite à informer les membres de l'existence du Centre Mot à Mot. L'idée de se concerter avec le Centre n'est pas très présente dans les réponses données à cette question. Par contre, lorsqu'on les questionne directement à ce sujet, huit répondants se disent ouverts à le faire, soit 72% alors que 18% ne voit pas comment ils pourraient collaborer et un seul répondant refuse la collaboration.

6.1 SYNTHÈSE DU VOLET FORMATION

Sous ce volet de la recherche nous avons comme objectif de comprendre la dynamique actuelle de la clientèle des Centres Mot à Mot, à savoir : la diminution de la clientèle des apprenants dits analphabètes.

Trois questions avaient été retenues pour orienter la recherche. Nous tenterons d'y répondre en faisant une synthèse des résultats.

6.1.1 Pourquoi le nombre d'apprenants analphabètes diminue-t-il dans les Centres Mot à Mot ?

Le constat des Centres en est un de saturation de ces personnes inscrites aux Centres Mot à Mot. De plus, l'âge des personnes inscrites est relativement élevé. Depuis 3 ans, une partie de la clientèle vient pour connaître l'informatique et ce ne sont pas nécessairement des analphabètes.

La recherche ne nous donne pas de réponse claire à cette question. Nous ne pouvons affirmer que la collaboration avec la Commission scolaire de la Jonquière a joué un rôle dans la diminution de la clientèle. Tout au plus avons-nous répondu à un nombre plus grand de personnes à cause des ressources supplémentaires. Nous ne croyons pas que le besoin soit moins grand, même si nous n'avions pas comme objectif de l'évaluer.

Peut-être que les besoins sont tout aussi grands, mais ils sont déplacés et se retrouvent davantage dans les tranches d'âge 21-30 ans et 31-40 ans. Notre constatation est à l'effet que ces groupes d'âges semblent très peu présents depuis les 5 dernières années dans la majorité des Centres Mot à Mot. Les lectures faites nous ont permis de constater l'ampleur du problème d'analphabétisme chez ces personnes plus jeunes.

Enfin nous croyons que la sensibilisation faite jusqu'à maintenant n'a pas encore ébranlé le mythe entourant les personnes faiblement scolarisées. Les moins jeunes nous le disaient dans les entrevues ; c'était une question d'éducation, c'était presque la culture de quitter l'école jeune pour aider à la maison ou aller travailler. «C'était pas de notre faute».

Nous ne pouvons invoquer la même raison pour les moins de 40 ans. Très souvent, il aura été un choix pour ces personnes de quitter l'école. Nous ne

voulons pas requestionner leur motivation à quitter l'école ; il faudrait peut-être plutôt questionner pourquoi il y avait absence de motivation à y demeurer.

Ce que nous croyons à propos du mythe chez cette tranche d'âge de 21-40 ans, est qu'il est plus difficile d'accepter leur situation comme faiblement scolarisée et de faire le choix permettant de revaloriser leur situation dans la société. D'autre part, leur intérêt à gagner de l'argent en travaillant est plus grand que celui de retourner se former. Les difficultés de recrutement sont probablement plus grandes qu'avec les générations précédentes.

En terminant, un bref commentaire sur l'absence des hommes, de tous les âges dans les Centres Mot à Mot. Il est certain que le phénomène de l'analphabétisme n'est pas uniquement féminin. Tous ceux qui oeuvrent dans le domaine sont au courant. Encore faut-il l'admettre et modifier nos façons de faire pour les attirer en formation.

6.1.2 Est-ce que la formation dispensée répond aux attentes ?

Les apprenants s'inscrivent avec deux types d'objectifs, un premier d'apprentissage d'habiletés plus formelles et l'autre de développement personnel. De toute évidence, nous ne pouvons que constater un taux très élevé de satisfaction pour les deux types de besoins à répondre.

La formation semble répondre aux attentes de la majorité de ceux qui ont fréquenté ou fréquentent les Centres Mot à Mot. Il nous faut toutefois mettre un bémol. Des participants nous ont souligné, et c'est notre formulation, que l'arrivée de l'informatique et l'utilisation de l'ordinateur dans les Centres Mot à Mot modifie le modèle de formation. Tous ne s'y retrouvent pas ; certains ont une difficulté supplémentaire à surmonter, apprendre à utiliser cet appareil. En outre, certains contenus semblent avoir été modifiés de façon importante ou même disparus. Plusieurs nous soulignent l'absence des mathématiques (le calcul) dans les ateliers.

6.1.3 Est-ce que les apprenants développent les habiletés recherchées ?

Pour un très grand nombre, le français et le calcul sont les objectifs premiers de leur inscription. Viennent ensuite ce que nous appelons les habiletés sociales souvent associées au développement personnel. Avec les réserves mentionnées précédemment, l'ensemble des apprenants considère comme très valorisante la fréquentation des Centres Mot à Mot, soit pour la formation et les relations sociales qu'elle apporte, soit pour l'approche utilisée par la formatrice. Un livre a été écrit pour démontrer «qu'on apprend bien d'un professeur qu'on aime bien». Sans en modifier le sens, je voudrais lui donner plus d'extension et dire «qu'on apprend bien dans un milieu valorisant».

Les apprenants nous le confirment par la liste des apports positifs énoncés dans les tableaux numéros 16 à 21. Ils développent les habiletés recherchées d'autant plus que **leurs besoins ne sont pas très éloignés de la réalité quotidienne et souvent à court terme**. La pédagogie utilisée dans les Centres Mot à Mot, dit d'alphabétisation populaire, semble être modelée pour y répondre.

6.2 RECOMMANDATIONS

1. Définir un cadre qui permet de connaître les intérêts et les motivations de la personne à son arrivée au Centre, de mesurer individuellement et périodiquement son cheminement et d'en évaluer la satisfaction à la fin de la formation.
2. Si les besoins des apprenants sont près de la réalité quotidienne et à court terme, la formation devrait être conçue par blocs avec des objectifs à courts termes pour y répondre adéquatement
3. Explorer la pertinence et la faisabilité de groupes homogènes
4. Définir l'utilisation de l'ordinateur et des TIC dans les Centres Mot à Mot comme objet d'apprentissage ou comme outil de support à l'apprentissage de compétences liées à la formation de base en français et calcul, tout en tenant compte de l'âge, des intérêts et du niveau des compétences de chaque apprenant.
5. Explorer le partenariat avec des organismes dans la perspective de développer leurs compétences sociales par une implication concrète dans le milieu.

6.3 SENSIBILISATION-RECRUTEMENT

À sa vingtième année, on peut prendre pour acquis que les Centres Mot à Mot jouent un rôle connu dans leur milieu et que, de ce fait, les organismes sont en mesure de collaborer à informer la population et de référer les gens aux Centres Mot à Mot. Voilà les deux hypothèses que nous faisons au début de cette recherche.

De toute évidence, les Centres Mot à Mot sont connus dans la municipalité comme organisme et comme lieu de formation. Ce qui est méconnu des organismes, ce sont les services qu'on y donne. Leurs réponses nous situent la formation dispensée au niveau des apprentissages de base à la lecture et à l'écriture auprès de personnes qui sont «totalement» dépourvues de ces compétences.

Oui, les Centres Mot à Mot sont connus des organismes, mais ils sont mal connus et il ne faut donc pas attendre les recommandations de leur part si ce n'est pour les personnes dont nous venons de parler. Dans cette perspective, la publicité faite par les Centres Mot à Mot pourrait jouer un rôle très important.

6.3.1 Est-ce que la publicité qui est faite collabore à mieux faire connaître les Centres Mot à Mot auprès des organismes ?

Spontanément, nous serions portés dire non, malgré les réponses données par les répondants des organismes. À leur décharge, nous croyons qu'il y a un double message diffusé dans les publicités. D'une part, celui de l'analphabétisme, associé à l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Ce message est diffusé provincialement et régionalement.

L'autre message qui est diffusé est celui d'un organisme dynamique du milieu, qui en plus de répondre à ces besoins, dits de formation de base, offre une gamme d'ateliers et d'activités incluant l'utilisation de l'ordinateur.

Il se pourrait que le public ne s'y retrouve plus, retenant la publicité dite de sensibilisation à l'analphabétisme à l'encontre de celle beaucoup plus près d'eux, celle faite par chacun des Centres. Cette dernière semble être bien comprise par les apprenants.

6.3.2 Se sentent-ils concernés par l'analphabétisme ?

La majorité des organismes du milieu ne se sentent pas concernés par l'analphabétisme. Toutefois, ils répondront probablement positivement à une demande de la responsable du Centre Mot à Mot dans la mesure où celle-ci viendra donner l'information elle-même à leurs membres. Ce jugement peut paraître sévère et pour le nuancer, nous le reformulons aussi. Oui ils sont

concernés mais non impliqués auprès de leurs membres concernant l'alphabétisation.

6.3.3 Qu'est-ce qui est le plus susceptible d'inciter une personne à s'inscrire ? Est-ce que la publicité que nous faisons rejoint les personnes concernées ?

Ces deux dernières questions concernant le recrutement trouvent une réponse plus claire dans les résultats de la recherche.

À la première, les apprenants participant à la recherche, nous ont dit que le bouche à oreille est ce qui a amené la majorité (58%) d'entre eux à s'inscrire et ils nous précisent à 65% que c'est le moyen le plus efficace pour recruter.

Nous pensons aussi que le moyen le plus efficace est celui qui est le plus près de la personne concernée ; la proximité liée à l'appartenance municipale par le journal local mais surtout celle qui permet le contact et l'échange. Dans la perspective de recruter des personnes plus jeunes, nous ne sommes pas aussi certain de son efficacité.

À la deuxième question, avec les données de la recherche, nous serions portés à répondre dans l'affirmative en ce qui regarde la sensibilisation auprès d'organismes ; notre réponse est plus partagée lorsqu'il s'agit de faire connaître les services des Centres Mot à Mot.

En effet, il est certain que des personnes sont rejointes par la publicité et fort probablement des personnes motivées et prêtes à faire le choix de s'inscrire. Comme nous le disions précédemment, les personnes concernées, c'est-à-dire les analphabètes, ne sont sûrement pas atteintes par les publicités comme en témoigne les résultats

6.4 RECOMMANDATIONS

1. Développer un outil de promotion attrayant présentant les services des Centres Mot à Mot et le rendre disponible à chaque organisme du milieu et de façon sélective à des clientèles susceptibles de s'inscrire.
2. S'allier à des ressources d'aide aux jeunes pour rejoindre cette clientèle
3. Privilégier des populations peu présentes dans les Centres, les cibler par la publicité mettant en évidence les moyens technologiques utilisés dans la formation.
4. Explorer l'utilisation des apprenants par leur témoignage comme « agents recruteurs» auprès des personnes ciblées.
5. Explorer l'utilisation d'une personne valorisée du milieu comme «patron d'honneur» d'une campagne de recrutement ou du Centre lui-même
6. Envisager la présence sur le conseil d'administration d'un représentant de la communauté.

Conclusion

Au terme de cette recherche qui nous aura permis de découvrir les apprenants des Centres Mot à Mot que nous avons rencontré et avec lesquels nous avons pris plaisir à échanger, nous voulons dégager quelques éléments plus significatifs et moins formels de notre démarche.

Dans une société où la performance de l'humain est devenue un critère de réussite important, nous avons constaté la grande vulnérabilité de ces personnes. Nous avons aussi compris comment une relation personnelle avec la connaissance dans un cadre stimulant les avait fait grandir.

À travers des échanges parfois brefs et insécures mais souvent riches d'expériences de vie, nous avons senti l'importance des Centres Mot à Mot. Ils nous ont dit comment cette relation avec la formatrice, avec les autres mais aussi avec des contenus à surmonter, comment cette relation les valorisait. Ils nous ont dit que cette expérience avait changé leur relation avec leur conjoint, leurs enfants, leur famille. Leur témoignage même reflète d'une plus grande confiance en eux, d'une plus grande assurance développée par cette fréquentation. Ils nous ont parlé du plaisir et des difficultés d'apprendre.

Nous nous rappelons cette rencontre, trop courte, avec une personne qui n'avait jamais fréquenté l'école avant son inscription dans un Centre d'alphabétisation à l'âge où les gens pensent à prendre leur retraite. Elle nous a parlé des changements dans sa vie que l'écriture lui a apportée. Nous aurions eu le goût d'écouter davantage cet excellent témoignage.

Voilà pourquoi les Centres Mot à Mot sont bien ancrés dans leur milieu. Voilà aussi pourquoi il est important de les rendre plus visibles et plus accessibles.

Plus visibles, donc plus connus pour ce qu'ils sont et par ce qu'ils font. Plus accessibles à cette vulnérabilité des personnes qui ont quitté le système scolaire désabusé, parce que trop loin d'elles. Plus accessibles pour leur transmettre, à elles aussi, ce plaisir d'apprendre que les participants nous ont communiqué.

Ils nous ont aussi convaincu que le « le bouche à oreille » est un excellent moyen de recrutement et que leur témoignage peut et sait convaincre.

Par ces témoignages nous avons aussi compris la pertinence de cette action de formation en alphabétisation populaire dont les contenus sont modelés sur les préoccupations de la vie quotidienne des apprenants.

Enfin, nous avons compris que pour toucher les personnes qui ont besoin de formation, il nous semble important que l'idée de s'inscrire germe à la maison, au travail, dans les rencontres sociales de tous âges.

Bibliographie

- 1- ST-PIERRE, Robert — **Rapport d'évaluation** – Décembre 2000, 50 pages.
- 2- I.F.P.C.A. – Guide méthodologique de recherche pour le milieu de l'alphabétisation – **Programme des Initiatives fédérales-provinciales conjointes en matière d'alphabétisation** (I.F.P.C.A.), 2003, 75 pages.
- 3- CARREFOUR D'ÉDUCATION POPULAIRE DE POINTE ST-CHARLES – Regard sur l'apprentissage – **Recherche-action sur l'apprentissage chez les adultes en démarche d'alphabétisation dans un contexte d'alphabétisation populaire** – Montréal, 2001, 91 pages.
- 4- RENAUD Paul – Commission scolaire René-Lévesque – **La formation de base à la Commission scolaire René-Lévesque : satisfaction, motivation et impact chez les adultes**, avril 2001, 40 pages.
- 5- THOMAS M. Audrey – L'alphabétisation : encourager les adultes à participer aux programmes, **le Secrétariat national à l'alphabétisation**, Ottawa, septembre 1990.
- 6- WAGNER Serge – Pour une société pleinement alphabétisée, le droit de lire, d'écrire et de communiquer pour tous, **Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français**. 332 pages.
- 7- POUR SAVOIR LIRE ENTRE LES LIGNES : LES GROUPES POPULAIRES D'ALPHABÉTISATION – **Carrefour d'éducation populaire Pointe-Saint-Charles**, Québec, 1996,
- 8- PERRON Michel- Études socio-géographique du CLSC de la Jonquière. **Écobes**, 1988 173 pages

ANNEXES

Inscription en Alpha

7- Qu'est-ce qui vous a incité à vous inscrire au Centre Mot à Mot ?

- Sécurité du revenu
- Employeur
- Famille/conjoint
- Amis
- Une personne qui fréquente le centre
- Choix personnel
- Formatrice
- Publicité (tv—tv communautaire—feuillet—bouche à oreilles
autre.....)

Objectif à l'inscription

8- Pourquoi avez-vous choisi de fréquenter le Centre Mot à Mot ?

- Terminer le secondaire
- Le développement personnel (plus d'autonomie et d'estime de soi)
- Le marché du travail (entrer sur....)
- Les exigences professionnelles au travail
- Aider les enfants (devoirs/recherches)
- Implication sociale (bénévolat....)
- Connaître du monde (sortir de l'isolement)
- Faire des activités sociales
- Améliorer mon français
- Pour faire plaisir à quelqu'un
- Améliorer ma confiance en moi
- Autre.....

Commentaire :.....

.....

9- En vous inscrivant au Centre Mot à Mot est-ce que vous aviez un objectif ?

oui non

10- Au Centre Mot à Mot, est-ce qu'on a parlé avec vous de votre objectif
ou d'un objectif de formation ?

oui non

Fréquentation du Centre Mot à Mot

11- Fréquentez-vous actuellement le Centre Mot à Mot ?

oui non

12- Est-ce que fréquenter le Centre Mot à Mot est valorisant ?

1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__ 7__ 8__ 9__ 10

Commentaire :

13- Quelle a été la durée de votre fréquentation du Centre Mot à Mot ?

Depuis combien de temps fréquentez-vous le Centre Mot à Mot ?

1-.....semaines 2-.....mois 3-.....années

14- Combien d'heures/semaine fréquentez-vous le Centre Mot à Mot ?

3 6 9 12 15

15- Pouvez-vous me donner la raison de votre départ ?

(Les personnes qui fréquentent le centre actuellement ne répondent pas à cette question)

Académique

- Le mode d'enseignement
- Attitude de la formatrice
- Le contenu/le matériel
- Trop de degrés dans le groupe
(pas homogène)

Sociale

- Transport
- Travail
- Horaire (jour-soir)

Personnelle

- Atteinte des objectifs
- Dégoûté de l'école
- Difficultés d'apprentissage
- Déménagement
- Période difficile
- Groupe d'apprenants (être en groupe ou le nombre)
- L'attitude des autres
- Manque de motivation
- Pas à l'aise dans le groupe
- Maladie
- Grossesse/mariage
- Conjoint
- Manque d'encouragement - de

qui ?

Autre.....

Commentaire :

16- Que pensez-vous de la formation que vous avez reçue ?

Commentaire :.....
.....

17- Pouvez-vous me dire comment cette formation vous a aidé ou a changé des choses dans votre vie ?

personnelle.....

familiale.....

sociale.....

professionnelle.....

Commentaire :.....
.....
.....
.....

18- Est-ce qu'elle a amélioré vos compétences en écriture ?

oui non ne s'applique pas

19- Est-ce qu'elle a amélioré vos compétences en lecture ?

oui non ne s'applique pas

20- Est-ce que vous lisez davantage maintenant ?

oui non ne s'applique pas

21- Est-ce qu'elle a amélioré vos compétences en calcul ?

oui non ne s'applique pas

22- Est-ce qu'elle a amélioré vos compétences en informatique?

oui non ne s'applique pas

23- Est-ce que la formation vous a permis d'améliorer d'autres compétences?

oui non

Commentaire :.....
.....
.....

24- Quelle a été la plus grande difficulté que vous avez rencontré pendant la formation?

Commentaire :

Atteinte des objectifs

(Les personnes qui fréquentent le centre actuellement ne répondent pas à cette question)

25- À votre départ, est-ce que votre objectif était atteint ?

Académique

- Me préparer pour terminer le secondaire
- Les exigences professionnelles au travail
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10
- Améliorer mon français
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10

SOCIAL

- Le marché du travail (entrer sur...) obtenir un emploi
- Aider les enfants (devoirs/recherches)
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10
- Implication sociale
laquelle.....
- Connaître du monde—sortir de l'isolement
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10
- Faire des activités sociales.....

PERSONNEL

- Développement personnel---plus d'autonomie)
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10
- Pour faire plaisir à quelqu'un
- Améliorer ma confiance en moi
1__2__3__4__5__6__7__8__9__10
- Autre:.....

Publicité

26- Avez-vous déjà vu la publicité nationale sur la formation?

oui non

27- Avez-vous déjà vu la publicité sur le centre?

oui non

28- Est-ce qu'elle est incitative, motivante ? Est-ce qu'elle donne le goût de s'inscrire ?

oui

non

29- Est-ce qu'il est nécessaire de faire de la publicité ?

oui non

30- Selon vous quel est le meilleur moyen de rejoindre les gens ?

Télévision

Télé communautaire

Journaux (Réveil)

Journal local

École

Bouche à oreille

Les organismes de la municipalité

Le feuillet paroissial

Perception

31- Selon vous, qu'est-ce que les gens de votre municipalité pensent du

Centre Mot à Mot ?

Commentaire :

Avez-vous d'autres commentaires à ajouter sur le Centre Mot à Mot ?

Merci de votre collaboration

Annexe 2 Regroupement des Centres Mot à Mot

Questionnaire d'entrevue avec les organismes

IDENTIFICATION DE L'ORGANISME

- 1- Nom de l'organisme _____
- 2- Type d'organisme (clientèle services) _____

- 3- Nom de la personne responsable _____
- 4- Nom de la personne interviewée _____

B- Réalité de l'alpha

- 5- Selon vous, est-ce que dans notre région, il y a un problème d'analphabétisme?

- 6- D'après vous, dans notre municipalité, sur cent personnes, combien d'entre elles ont besoin de formation en alphabétisation comme celle dispensée par le Centre Mot à Mot?

2% 5% 10% 15% 20% 25% plus

7-Selon vous, qu'est-ce que l'alphabétisation?

C- Publicité

8- Avez-vous déjà vu ou entendu la publicité sur l'alphabétisation?

Oui Non

- Télévision
 - Télé communautaire
 - Journal local
 - Feuillet distribué par l'école
 - Porte ouverte
 - Autres _____
- (Sinon, aller à 15)

9- Était-elle claire? facile à comprendre? est-ce qu'elle vous a touché?

Oui Non

10- Était-elle pertinente? Parler des bonnes choses (ce qui est dit ou écrit?)

Oui Non

11- Est-ce qu'elle expliquait bien les services offerts à la population?

Oui Non

12- Est-il pertinent de faire de la publicité?

Oui Non

13- Si oui, pourquoi? _____

14- À quel niveau?

- Provincial
- Régional
- Local

D Connaissance du Centre Mot à Mot

15- Avez-vous déjà entendu parler du Centre Mot à Mot?

Oui Non

Comment :

- Membre-participants-clients
- Apprenantes
- Formatrice
- Publicité à la télévision, tv-communautaire
- Publicité écrite-feuilleton
- École
- Autres _____

Commentaire :

16- Selon vous, quel est le rôle du Centre Mot à Mot auprès des adultes inscrits?

Pédagogique

- Apprendre à lire
- Apprendre à écrire
- Donner une formation de base
- Faire moins de fautes en français
- Préparer à aller au secondaire

Psychologique

- Être moins gêné en public
- Développer l'autonomie personnelle

Social

- Préparer à entrer sur le marché du travail
- Proposer des activités sociales
- Préparer à s'impliquer dans son milieu
- Sortir les gens de la maison

Commentaire :

17 Selon vous, qui sont les gens qui fréquentent le Centre Mot à Mot?

- Qui ne savent pas lire
- Qui ne savent pas écrire
- Difficultés d'apprentissage
- Poursuivre ses études
- Manque d'autonomie
- Connaître d'autre monde
- Pas terminé leur secondaire
- Absence prolongée de l'école
- Pas de métier
- Sur la sécurité du revenu ou le chômage
- Personnes âgées
- Handicapés
- Sans emploi
- Jeunes décrocheurs
- Femmes à la maison et peu scolarisées
- Autres _____

Commentaire :

18- Où est situé le Centre Mot à Mot?

Sait où il est situé Ne sait pas où il est situé

Où

19- Le Centre Mot à Mot est-il bien situé dans votre municipalité?

20- Si on vous invitait, iriez-vous visiter le centre?

E- Rôle de l'organisme

21- Dans le cadre de votre travail ou de bénévolat, avez-vous l'occasion de rencontrer des gens qui ont des difficultés de lecture ou d'écriture?

- Souvent
- De temps en temps
- Rarement
- Je ne sais pas
- Jamais

Commentaire : _____

22- Dans votre travail-bénévolat, avez-vous déjà fait quelque chose pour améliorer la situation des personnes qui ont ces difficultés?

Oui Non

Si oui :

- Distribuer de l'information écrite
- Informer les gens
- Référer au Centre Mot à Mot
- Aider ces personnes dans l'organisme
- Soutenir les personnes qui retournent à l'école
- Autres _____

23- Avez-vous déjà recommandé à quelqu'un d'aller au Centre Mot à Mot?

Oui Non

24- Le recommanderiez-vous à un parent ou un ami?

Oui Non

25- Croyez-vous qu'un organisme comme le vôtre a un rôle à jouer en matière d'alphabétisation?

- Informer et publiciser les services offerts
- Se concerter avec le Centre Mot à Mot pour le recrutement
- Autres _____
- Je ne sais pas comment

26- Est-ce que votre organisme est prêt à collaborer avec le Centre Mot à Mot?

Oui Non

ANNEXE 3



St-Charles-de-Bourget, le 8 février 2003

Monsieur, Madame,

Au mois de mai, cela fera vingt ans que le Regroupement des Centres Mot à Mot offre des services de formation dans les municipalités de St-Ambroise, de St-Charles-de-Bourget, de Bégin et de Shipshaw.

L'équipe de formation souhaite évaluer son action depuis toutes ces années. La meilleure façon de le faire, c'est certainement de consulter ceux et celles, comme vous, qui ont déjà fréquenté leur centre. Une quinzaine d'apprenants et d'apprenantes de St-Charles-de-Bourget seront invités à donner leur avis.

Cette consultation sera faite par un agent de recherche indépendant, Monsieur Jean-Marie Perron de la firme Formation. Au cours des prochains jours, il vous téléphonera pour vous inviter à le rencontrer.

Lors de cette rencontre, grâce à vos informations et vos recommandations, vous contribuerez grandement à améliorer la qualité de la formation et des services offerts par le Centre Mot à Mot.

Nous vous remercions de votre collaboration lorsque Monsieur Perron vous contactera dans les prochains jours. Nous pouvons vous assurer de la plus grande confidentialité de vos réponses. En effet, Monsieur Perron sera le seul à connaître les noms des répondants et les résultats des questionnaires. Ces réponses serviront à produire le rapport d'évaluation demandé par le Regroupement des Centres Mot à Mot.

Soyez assuré que nous apprécions votre contribution. Acceptez nos remerciements de votre précieuse collaboration.

Denis Bergeron, président
Regroupement des Centres Mot à Mot

Madeleine Boily, formatrice
Centre Mot à Mot St-Charles