Robert Charbonneau
2003/05/01

Des conditions gagnantes

Le taux de décrochage des garçons au secondaire est alarmant. Au collégial, ils réussissent en moins grand nombre et moins bien que les filles. Ce ne sont ni les constats ni les questions ni les hypothèses d'explication qui manquent sur leur performance scolaire en général et sur leur compétence langagière en particulier. Sur ce dernier plan, les garçons sont conscients de leurs difficultés et des conséquences de celles-ci sur leur réussite ; ils connaissent aussi l'existence des mesures d'aide. Et pourtant…

Pourquoi les garçons qui, à tous les ordres d'enseignement, éprouvent, en français, plus de difficultés que les filles, sollicitent-ils moins les mesures d'aide ? Comment expliquer leur faible motivation à améliorer leur français ? Voilà des questions fondamentales qui ont guidé Lynn Lapostolle, Danielle- Claude Bélanger et Jorge Pinho, du cégep du Vieux Montréal, dans leur recherche sur le profil motivationnel des garçons au regard du français. À cette étape-ci de leurs travaux, leurs observations mettent en lumière le lien étroit entre motivation, perceptions et valeurs, et dissipent certains préjugés sur les attentes des garçons.

Quant à Jean-Pierre Dufresne, il poursuit, avec un deuxième article, la présentation des moyens mis en oeuvre au cégep Marie-Victorin pour aider les élèves à réussir l'épreuve uniforme de français. Il décrit ici le type d'encadrement utilisé pour aider les adultes détenteurs d'un DEC obtenu avant 1994 qui se sont inscrits dans un nouveau programme et qui doivent réussir l'épreuve uniforme de français pour obtenir leur nouveau DEC.

Pour leur part, Ève Pariseau et Anne-Marie Giroux, dans le cadre d'un projet avec le centre d'aide du Collège de Maisonneuve, l'Accord, recensent les difficultés

linguistiques particulières à la clientèle allophone en vue d’élaborer du matériel didactique destiné à ces élèves.

Garçons, adultes, allophones… : les catégories — non étanches — d’élèves mentionnées dans ces articles soulignent la diversité des clientèles visées par des mesures d’aide et la nécessité d’en connaître les caractéristiques et de diversifier le processus, le mode et les outils d’aide en fonction de chacune. Ce sont là les conditions gagnantes pour assurer des interventions efficaces… et gratifiantes.

Robert Charbonneau