Document généré le 2 juin 2025 02:19

Lurelu
La seule revue québécoise exclusivement consacrée à la littérature pour la jeunesse

Le plaisir de lire
Une campagne de lecture pour les jeunes

Sylvie Gamache

Volume 9, numéro 3, hiver 1987

URI : https://id.erudit.org/iderudit/12999ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (imprimé)
1923-2330 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Gamache, S. (1987). Le plaisir de lire : une campagne de lecture pour les jeunes. *Lurelu*, *9*(3), 22–23.

Tous droits réservés © Association Lurelu, 1987

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

par Sylvie Gamache

Le plaisir de lire:

Une campagne de lecture pour les jeunes

Une mesure incitative

En janvier 1986, on assistait au lancement de la campagne de sensibilisation à la lecture au Québec. Initiative du ministère des Affaires culturelles, cette campagne faisait partie d'une série de mesures incitatives destinées à développer de nouvelles habitudes de lecture.

Le projet initial (qu'on trouve dans le document *La lecture au Québec* signé en 1984 par le ministre d'alors, Clément Richard) comportait trois volets. C'est le premier volet du plan d'action, «*présenter le livre comme objet de plaisir et de détente*», qui s'est réalisé dans les premiers mois de l'année. Vu le budget disponible, on a dû s'adresser à une clientèle réduite, soit les enfants et les jeunes de 1 à 17 ans. Ainsi, les milieux concernés par le livre et la jeunesse, et ils sont nombreux, ont pu participer à une action concertée, puisqu'ils étaient tous invités à l'hiver 1986 à s'associer aux nombreuses activités organisées dans le cadre de cette campagne ayant pour thème «le plaisir de lire». On savait au départ que le succès de cette opération dépendait en grande partie de la participation des milieux éducatifs et culturels. Seules leur collaboration et leur ingéniosité à proposer de nouveaux programmes d'animation et de promotion du livre pouvaient assurer la réussite du projet de sensibilisation.

1 500 activités, 500 000 jeunes rejoints

Le ministère des Affaires culturelles doit d'abord pénétrer dans les milieux de vie des jeunes: un matériel promotionnel original est donc conçu. Communication-Jeunesse, organisme qui s'occupe de la promotion de la lecture depuis plusieurs années, supervise la conception de trois affichettes aux thèmes évocateurs: «Lire c'est un jeu», «Lire c'est crampant», «Lire c'est l'aventure». De plus, une série de signets et d'autocollants rappelle les trois thèmes. Tous ces éléments servent de support à l'animation des projets en lecture. Un envoi massif de ce matériel dans les écoles, les garderies, les bibliothèques publiques, les maisons d'édition et les organismes culturels assure le lancement de la campagne.

On s'attaque ensuite à l'animation. Tous les milieux désireux de participer activement à la campagne de lecture reçoivent sur demande du matériel promotionnel supplémentaire. Ils obtiennent ainsi des outils pour appuyer leurs interventions. Ainsi, 1 500 activités orientées vers le plaisir de lire sont mises sur pied. Près de 500 000 jeunes y participent.

En outre, on crée un programme d'aide financière. Environ huit cents projets sont soumis par les divers milieux. Un jury, formé de cinq personnes compétentes issues des différentes régions du Québec, sélectionne 177 projets qui se partagent 300 000 $. Le choix du jury repose essentiellement sur la pertinence du projet par rapport aux objectifs de la campagne, l'originalité des activités proposées et le nombre de jeunes touchés par le projet. Ce financement, qui varie selon les projets entre 300 $ et 25 000 $, permet de rejoindre directement plus de 200 000 jeunes, de la garderie à la fin du secondaire.

illustration: Marie-Louise Gay

Le plaisir de lire à travers le Québec

C'est d'abord dans le réseau scolaire que se multiplient les interventions. Près de 700 écoles, réparties à travers la province, organisent des activités de toutes sortes: formation d'un club de lecture, ateliers de bande dessinée, concours de slogans, journal littéraire, radio-roman, palmarès-lecture, exposition d'affiches... Toutes ces activités doivent respecter l'objectif principal de la campagne: lire pour le plaisir et la détente. Les bibliothèques publiques et les bibliothèques centrales de prêt offrent à leur tour une variété d'activités. Ainsi, dans presque toutes les régions du Québec, les jeunes sont invités à participer à un rallye familial ou à un quizz-lecture, à des échanges de livres ou à des spectacles de marionnettes. Même les garderies, qui on le sait disposent souvent de petits budgets, participent avec enthousiasme à la campagne. Plus de 100 d'entre elles organisent donc aussi des activités pour les moins de cinq ans. Les subventions accordées leur permettent souvent d'aménager un coin de lecture agréable et de faire l'acquisition de matériel nécessaire à l'animation du livre.

Ainsi, dans tous les coins du Québec, on offre aux jeunes de nouvelles activités culturelles. Que ce soit au Lac-Saint-Jean où se tient une compétition régionale sur la connaissance du livre, à Jonquière où l'on crée un club de détectives chargé de trouver les bons livres méconnus, à Saint-Raymond de Portneuf où l'on

joue la pièce de théâtre *Concierge à la bibliothèque,* les organisateurs font preuve d'ingéniosité et de détermination dans la mise sur pied de ces activités qui assurent le succès de cette campagne de sensibilisation.

Des projets d'organismes culturels

Des projets d'envergure prennent racine dans ce contexte. Bénéficiant d'une plus forte subvention (plus de 12 000 $), trois organismes proposent des activités susceptibles de rejoindre une clientèle plus étendue. Ainsi, l'ASTED (Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation) crée un jeu qui permettra aux jeunes de se familiariser avec les bibliothèques. Produit à 25 000 exemplaires, cet outil favorisera une meilleure connaissance des services offerts par ces institutions. Pour sa part, la Bibli-O-Coeur de Bécancour met sur pied un grand nombre d'activités dans toute la région Mauricie-Bois-Francs. Ainsi, les petits profitent d'une exposition itinérante où plaisir et éducation vont de pair. Tandis que les plus grands participent à une chasse aux trésors, les adolescents sont conviés à écrire des canevas avant de jouer divers rôles. Quant à Communication-Jeunesse, il propose aux jeunes du secondaire des activités sous les thème «la livromanie». En tournée dans plusieurs écoles du Québec, cet organisme suggère une sélection de livres québécois et des activités d'animation, dont un musée imaginaire et un concours-palmarès qui a permis aux jeunes d'exprimer leurs intérêts en termes de lecture.

Perspectives

La campagne de sensibilisation à la lecture s'est terminée en même temps que l'hiver. On espérait un peu partout que cette heureuse initiative donnerait lieu à d'autres projets du même genre, que l'on passerait au second volet du projet du ministère des Affaires culturelles ou qu'un suivi quelconque serait assuré par d'autres ministères, celui de l'Éducation par exemple. Après tout, un seul des trois volets de la politique de la lecture a été réalisé. Trois mois, c'est évidemment bien peu pour créer de nouvelles habitudes de lecture chez les jeunes. Mais vu le succès de la campagne de sensibilisation, il faut sans tarder travailler à la consolidation de cet acquis. Souhaitons donc que des fonds seront alloués à la réalisation de tels projets. En attendant, organisons au sein de nos milieux d'intervention des activités plus régulières, à la mesure de nos ressources humaines et financières.

Dans notre prochain numéro: des activités d'animation de la campagne de lecture

Huit cents projets soumis au ministère des Affaires culturelles, des centaines d'activités réalisées, dont plusieurs tout à fait novatrices: des productions théâtrales sous le thème du livre et de la lecture, de nouvelles formules d'animation, des ateliers de tout genre. Tout cela mérite d'être diffusé. Afin de revoir l'ensemble des projets réalisés dans le cadre de la campagne de lecture, Communication-Jeunesse et *Lurelu* s'associent pour rédiger un document qui servira à l'animation du livre. *Lurelu* étant responsable de la diffusion de ce document, vous trouverez donc cet outil d'animation dans le prochain numéro (printemps-été 1987) de la revue. Les activités décrites seront toutes inspirées des projets vécus par les milieux qui ont participé à la campagne, et les démarches de réalisation proposées refléteront les commentaires des organisateurs eux-mêmes. Voici donc le menu de la prochaine chronique *Animation:* un seize pages exclusivement consacré à des activités de lecture pour les enfants et les jeunes de 1 à 17 ans, des activités déjà expérimentées et qui ont obtenu la faveur des jeunes.

En avril dernier avaient lieu dans les rues avoisinant les Maisons de la culture et les bibliothèques de quartier de la Bibliothèque municipale de Montréal 20 défilés composés de centaines d'enfants. Ceux-ci portaient fièrement leurs dessins illustrant un héros ou une scène tirés de contes ou de romans québécois pour la jeunesse.