



National Library
of Canada

Canadian Theses Service

Ottawa, Canada
K1A 0N4

Bibliothèque nationale
du Canada

Services des thèses canadiennes

CANADIAN THESES

NOTICE

The quality of this microfiche is heavily dependent upon the quality of the original thesis submitted for microfilming. Every effort has been made to ensure the highest quality of reproduction possible.

If pages are missing, contact the university which granted the degree

Some pages may have indistinct print especially if the original pages were typed with a poor typewriter ribbon or if the university sent us an inferior photocopy.

Previously copyrighted materials (journal articles, published tests, etc.) are not filmed.

Reproduction in full or in part of this film is governed by the Canadian Copyright Act, R.S.C. 1970, c. C-30.

**THIS DISSERTATION
HAS BEEN MICROFILMED
EXACTLY AS RECEIVED**

THÈSES CANADIENNES

AVIS

La qualité de cette microfiche dépend grandement de la qualité de la thèse soumise au microfilmage. Nous avons tout fait pour assurer une qualité supérieure de reproduction.

S'il manque des pages, veuillez communiquer avec l'université qui a conféré le grade.

La qualité d'impression de certaines pages peut laisser à désirer, surtout si les pages originales ont été dactylographiées à l'aide d'un ruban usé ou si l'université nous a fait parvenir une photocopie de qualité inférieure.

Les documents qui font déjà l'objet d'un droit d'auteur (articles de revue, examens publiés, etc.) ne sont pas microfilmés.

La reproduction, même partielle, de ce microfilm est soumise à la Loi canadienne sur le droit d'auteur, SRC 1970, c. C-30.

**LA THÈSE A ÉTÉ
MICROFILMÉE TELLE QUE
NOUS L'AVONS REÇUE**

Conception et évaluation d'un vidéo
d'information professionnelle
pour les femmes

Paule R. Fortier

Mémoire

présenté,

au

Département des Sciences de l'Education

comme exigence partielle en vue de l'obtention
du grade de Maîtrise ès arts (M.A.)
Université Concordia
Montréal, Québec, Canada

MARS 1987

© Paule R. Fortier, 1987

Permission has been granted to the National Library of Canada to microfilm this thesis and to lend or sell copies of the film.

The author (copyright owner) has reserved other publication rights, and neither the thesis nor extensive extracts from it may be printed or otherwise reproduced without his/her written permission.

L'autorisation a été accordée à la Bibliothèque nationale du Canada de microfilmer cette thèse et de prêter ou de vendre des exemplaires du film.

L'auteur (titulaire du droit d'auteur) se réserve les autres droits de publication; ni la thèse ni de longs extraits de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation écrite.

ISBN 0-315-35515-8

Sommaire

Conception et évaluation d'un vidéo d'information professionnelle pour les femmes.

Paule R. Fortier

Cette recherche a pour but principal de produire et d'évaluer un vidéo d'information professionnelle sur les difficultés rencontrées par les étudiantes dans leur choix de carrière. Un deuxième but est d'observer si le visionnement du vidéo peut amener un changement d'attitude chez les spectateurs. Pour la production du vidéo, la formule "table ronde" a été choisie. Une animatrice à qui on a remis une série de questions, a interviewé quatre experts sur les problèmes rencontrés par les étudiantes dans leur orientation professionnelle.

Cent étudiants(es) du Cégep St-Laurent ont participé à cette recherche. Ils ont d'abord répondu au questionnaire pré-visionnement puis une semaine plus tard, ils ont visionné le vidéo, répondu au questionnaire post-visionnement et participé à une discussion.

Les résultats de l'évaluation du vidéo ont été positifs et démontrent un gain d'information. Il en ressort que la majorité des spectateurs ont aimé le vidéo, sa formule de présentation, sa durée ainsi que son contenu. Ils ont exprimé leur intérêt pour obtenir plus d'informations sur le même sujet et ils ont aussi suggéré d'autres champs d'intérêts.

On peut conclure que le vidéo est une méthode efficace pour sensibiliser les étudiantes à leur orientation professionnelle. Nous avons observé un changement positif d'attitude, mesuré par le test Wilcoxon, selon l'orientation suggérée par l'auteur et véhiculée par le vidéo pour l'échantillon féminin du public-cible. Cependant les résultats de cette recherche ne nous permettent pas de conclure qu'un gain d'information amène un changement d'attitude envers la femme et le marché du travail.

Nous recommandons d'effectuer des études sur les modèles de socialisation féminins et d'examiner l'impact des images que transmet la télévision sur la femme, et sur leurs attitudes à l'égard des carrières non traditionnelles.

Remerciements

J'aimerais remercier toutes les personnes qui ont permis la réalisation de ce projet de recherche et plus principalement :

Dennis Dicks, mon directeur de mémoire pour sa patience et sa collaboration efficace;

Joyce Barakett, sociologue, qui a guidé ma démarche sociologique, pour sa confiance et ses judicieux conseils,

Jesus Vazquez-Abad et Ann Barkman pour leurs suggestions dans l'analyse statistique des résultats;

Joost Davidson, directeur de production, pour ses compétences techniques et son amitié, Donald Lécuyer qui a composé la musique originale, ainsi que mes collègues de technologie éducative qui ont formé l'équipe de production; Lydia Gosselin qui a dactylographié ce travail.

Enfin toute ma reconnaissance à Louise Dubuc pour son assistance constante et éclairée.

Paule R. Fortier

À Monique Faureau, ma mère

TABLE DES MATIERES

Sommaire

Remerciements

Table des matières

Avant-propos

Chapitre I Recension des écrits

1.1	Introduction	1
1.2	Information et orientation professionnelle	3
1.3	Vidéo et orientation professionnelle	6
1.4	Changement d'attitude	10
1.5	Evaluation formative d'un vidéo	11

Chapitre 2 Evaluation du Vidéo

2.1	Objectifs d'évaluations	17
2.2	Définition des variables	19
2.3	Hypothèses	19
2.4	Echantillon	20
2.5	Description des instruments de mesure	20
2.6	Déroulement de l'expérience	22
2.7	Démarche d'évaluation	26

Chapitre 3 Production d'un vidéo

3.1 Démarche de production	29
3.2 Besoin	29
3.3 Objectifs	34
3.4 Public-cible	35
3.5 Contenu	36
3.6 Choix du médium	37
3.7 Contraintes	39
3.8 Conception et production du vidéo	40

Chapitre 4 Résultats

4.1 Données démographiques	45
4.2 Analyse quantitative de l'évaluation du vidéo	56
4.3 Analyse qualitative des questions d'opinion	64
4.4 Rétention	74
4.5 Test Wilcoxon (attitude envers femme et travail) ..	76
4.6 Test "t" (information préalable/rétention)	80
4.7 Test "t" (formule de présentation/rétention)	81
4.8 Discussion	82

Chapitre 5 Conclusion

5.1 Résumé	85
5.2 Conclusion	86
5.3 Recommandations pour recherches futures	87

Bibliographie	90
---------------------	----

ANNEXES

ANNEXE A	Instrument I	
A1	Protocole de recherche	94
A2	Note aux usagers	95
A3	Questionnaire pré-visionnement	96
ANNEXE B	Instrument II	
B1	Protocole de recherche	101
B2	Questionnaire post-visionnement	102
ANNEXE C	Guide de l'utilisateur	108
ANNEXE D	Budget de Production	114
ANNEXE E	Synopsis des réponses d'opinion	116
ANNEXE F	Synopsis du vidéo	
F1	Découpage préliminaire	120
F2	Découpage technique	127
F3	Dossier de Presse	128
F4	Etapes de la production	129
Annexe G	Production	
G1	Droits de diffusion	132
G2	Droits d'auteur	133
G3	Feuille de route	134
G4	Equipe de production	135
G5	Fiche d'évaluation des experts	136

TABLE DES HORS TEXTES

Cheminelements graphiques

1) Déroulement de l'expérience	25
2) Modèle d'évaluation selon Dupont	27
3) Démarche d'évaluation	28
4) Démarche de production	30

Tableaux

1) Données démographiques (1-14).....	48-55
2) Résultats quantitatifs (15-23).....	59-63
3) Résultats qualitatifs (24-27).....	68-73
4) Rétention (28).....	75
5) Test Wilcoxon (30-32).....	77-79
6) Test "t" (information préalable/rétention) (33).....	80
7) Test "t" (formule de présentation/rétention) (34).....	81

Avant-propos

Dans cette recherche, la relation entre le chercheur, le réalisateur et l'évaluateur est particulière puisque c'est la même personne qui remplit ces trois rôles. Cela s'explique du fait que c'est un document produit dans un cadre universitaire et que c'est un pré-requis à l'obtention partielle du grade de Maîtrise en Arts (technologie éducative). Cependant, dans les évaluations sur une plus grande échelle, l'embauche de spécialistes pourrait fournir une objectivité et une compétence plus pertinentes.

Le but de ce projet de recherche est de produire la première émission d'une série pour améliorer l'information des femmes sur leur choix d'orientation professionnelle et sur les conditions du marché du travail.

Les résultats de cette évaluation m'ont conduite à produire quatre émissions de la série pour le service régional d'admission au Cégep de la région métropolitaine (SRAM). Nous avons modifié la formule de présentation de ces émissions en nous basant sur les réactions recueillies lors de l'émission-pilote:

"Magazine - Impacts technologiques".

Chapitre 1

Recension des écrits

1.1 Introduction

Ce mémoire est composé d'un vidéo d'information professionnelle et de l'évaluation formative de ce vidéo auprès des étudiants(es) du Cégep St-Laurent. D'une durée de trente minutes, cette première émission d'une série sur l'information professionnelle se veut un outil pour le professeur ou le conseiller en orientation. Produite pour répondre aux besoins en matériel d'information sur l'orientation des femmes, elle a été évaluée selon un objectif précis: trouver une formule adéquate pour rejoindre le public-cible. Le chercheur a voulu aussi observer si le visionnement de l'émission avait une influence sur l'attitude des spectateurs.

Questions de recherche :

Il y a un besoin en matériel d'information sur l'orientation des femmes.

- 1- Est-ce que cette émission réussit à apporter de l'information " aux étudiantes ?
- 2- Est-ce que la formule "table ronde" est adéquate pour présenter l'information ?
- 3- Est-ce que le visionnement du vidéo amène un changement d'attitude envers la femme chez les spectateurs ?

Dans le premier chapitre nous rapporterons les recherches qui ont étudié l'importance de l'information dans la prise de décision des étudiants. Nous présenterons les applications actuelles du vidéo en orientation professionnelle, surtout des expériences destinées aux adolescents. Nous explorerons les avantages de l'évaluation formative et son évolution en la reliant à notre choix d'une stratégie d'évaluation. Les facteurs qui influencent l'attitude et les études qui s'y rapportent seront présentés en relation avec ce projet de recherche.

Le deuxième chapitre énoncera les hypothèses de la recherche, décrira le déroulement de l'expérience et présentera le modèle d'évaluation formative suivi par ce projet de recherche.

Dans le troisième chapitre, l'auteur rapportera les étapes de la production du vidéo qu'elle a elle-même réalisé. Le vidéo-cassette et le guide d'accompagnement sont déposés avec ce mémoire comme exigence partielle pour l'obtention du grade de Maîtrise. Cette production s'adresse aux conseillers d'orientation et leur est proposée comme outil de travail dans le cadre de l'information professionnelle. Elle est destinée aux étudiantes francophones du niveau collégial, de la région du grand métropolitain.

Le chapitre quatre décrira les données démographiques du public-cible, exposera les résultats de l'évaluation du vidéo, ainsi que les résultats sur l'attitude du public envers la femme et le marché du travail, puis sur les résultats du test "t" de Student.

Le chapitre cinq présentera la discussion et les recommandations de l'auteur pour les futures recherches. Les recommandations seront aussi suggérées pour les prochaines productions de vidéos d'une série en information professionnelle.

1.2 Information et orientation professionnelle

Le sens du mot information, dont l'origine est latine, réfère à l'action de mettre en forme des données. En orientation professionnelle, ce sont les données du monde professionnel qui doivent être organisées de façon à être reçues par l'individu. Hollis J. et Hollis L. (1969) ont mis à jour l'importance de l'information dans le processus de décision du choix de carrière. Brochures, audio-visuels et cours ont été développés comme moyen de communiquer aux étudiants l'information susceptible de les aider dans leur orientation professionnelle. Certaines entreprises privées se sont même développées dans le seul but de fournir ce type de matériel d'information. Les découvertes en informatique ont aussi donné naissance à une variété de projets qui utilisent l'ordinateur pour diffuser l'information professionnelle.

Les développements récents dans cette direction s'appuient sur une hypothèse qui n'est cependant pas vérifiée scientifiquement et qui implique qu'une information exacte permettra à l'étudiant de prendre en connaissance de cause des décisions plus réalistes.

La revue de littérature révèle une abondance de recherches qui ont étudié individuellement des aspects du choix de carrière tels que les aptitudes, l'intérêt, l'image de soi, le statut social, les besoins économiques, les attitudes face au travail et les valeurs personnelles. Ce sont des éléments à la base du choix de carrière. Ces facteurs influencent clairement la perception du monde de l'individu et son processus de décision. Néanmoins, sur le rôle de l'information dans le choix de carrière, comme le souligne Nelson, il y a très peu de recherches qui ont été faites. Comment l'étudiant organise-t-il l'information qu'il reçoit? Quel genre d'information utilise-t-il dans sa prise de décision? Voilà autant de questions non encore résolues.

Selon Biggers (1979), qui a étudié ces questions auprès d'un échantillon mâle du secondaire (8^e, 10^e et 12^e année), il existe deux types d'informations qui intéressent plus particulièrement les étudiants de ce groupe d'âge : les informations sur le genre de travail et sur les conditions de travail liées à une occupation.

Il a observé également que les étudiants ne savent pas utiliser l'information qu'ils reçoivent et qu'ils auraient grand avantage à être aidés pour développer cette habileté. La documentation sur le sujet porte surtout sur les hommes et souvent, lorsque l'échantillonnage inclut des personnes des deux sexes, l'analyse des résultats n'en tient pas compte (Hawkes 1969).

Les filles semblent fort mal renseignées sur la présence des femmes dans le monde du travail et l'importance de l'instruction dans leur vie. Les résultats de l'étude de Glaze mettent en évidence ce besoin.

Glaze (1980) rapporte que les jeunes filles qui ont fait l'objet de son étude ont eu à répondre à une série de questions qui ont permis de déterminer si elles connaissaient la présence des femmes dans le monde du travail et, également, de cerner leurs aspirations et leurs attentes personnelles.

Lorsqu'elles ont été interrogées sur leur connaissance des faits (d'après les données de Statistique Canada), ces jeunes filles de 17 à 19 ans ont montré qu'elles étaient très mal informées et qu'elles ajoutaient foi à des mythes concernant, par exemple, la moyenne des années consacrées par la femme canadienne à un emploi rémunérateur, la proportion de femmes mariées travaillant à l'extérieur et les chances de mariage

d'une universitaire. On constate, sans surprise, que leur choix de matières scolaires et leurs projets d'avenir sont le plus souvent irréalistes, et pas du tout choisis en fonction de leurs intérêts.

L'importance de l'information dans la prise de décision professionnelle est incontestable, et un effort doit être fait pour présenter cette information sous une forme qui saura intéresser le public-cible à qui elle s'adresse.

1.3 Vidéo et orientation professionnelle

La télévision a été dès ses débuts associée à l'éducation; d'ailleurs les éducateurs se sont depuis intéressés aux possibilités qu'elle offre. Le domaine de la recherche des applications de la télévision qui nous intéresse davantage est celui de son efficacité en orientation professionnelle. Nous avons répertorié une variété d'expériences utilisant le vidéo comme outil d'information en orientation professionnelle.

Jepsen (1972) a comparé deux techniques de diffusion (imprimé/ vidéo) de l'information professionnelle auprès d'étudiants de 9^e année en région rurale. Son échantillon, totalisant 262 étudiants, 162 femmes et 100 hommes provenait de quatre écoles. Un pré-test et un post-test ont été administrés à tous les groupes divisés par école, soit A, B, C et D.

Les groupes A et B furent soumis à la méthode traditionnelle (imprimé) et les groupes C et D à la méthode expérimentale (vidéo). Le matériel imprimé donnait des informations sur différentes occupations de l'industrie des pâtes et papiers tandis que le vidéo présentait une visite sur le site de travail et l'interview de travailleurs décrivant leur tâche dans cette même industrie.

Lorsqu'on leur présentait une image reliée à l'occupation étudiée, les groupes de 9^e année qui ont visionné le vidéo ont su mieux reconnaître la profession présentée que ceux qui ont reçu le matériel imprimé seulement. Dans les autres aspects de la rétention, les résultats furent similaires pour les quatre groupes. Les filles ont nommé une variété plus grande de choix d'occupation que les garçons tel que mesuré par le test "Roe" (Roe's level and field dimensions test). Jepsen conclut que la présentation vidéo donne une dimension supplémentaire en offrant un portrait visuel de la vie des travailleurs sur leur site de travail.

Resnick et Smith (1979) ont produit et évalué une émission-pilote de télévision intitulée "Where do you work?". D'une durée de trente minutes, elle présentait cinq occupations différentes filmées sur un lieu de travail: "l'aéroport" pour cette première émission. Les objectifs de leur recherche étaient d'amener l'enfant de 8 à 11 ans à acquérir une meilleure perception de lui-même et une vision du monde du travail plus réaliste.

Pour atteindre ces objectifs, ils ont choisi le vidéo et la formule interview. Cinq enfants de 8 ans furent sélectionnés pour interviewer les travailleurs sur leur condition de travail. L'émission réalisée fut testée auprès de 137 étudiants de 8 à 11 ans (3^e, 4^e et 5^e années).

Plus de 72% ont jugé le programme bon et très bon. La durée de l'émission (20 minutes) pour ce groupe d'âge s'est avérée trop longue. Les jeunes de 11 ans furent très critiques quant à la qualité technique de l'émission. De plus, ils qualifièrent les intervieweurs de 8 ans d'enfants. Tous les enfants témoignèrent très clairement de leur intérêt pour d'autres programmes du même genre sur d'autres professions. Les auteurs concluent que cette expérience eut des effets positifs dans d'autres aspects de la vie de l'école (par exemple la relation entre l'école et la communauté) et qu'elle fut une activité d'apprentissage en soi pour tous les participants.

Sayer (1980) a expérimenté plusieurs émissions destinées à intéresser les filles de 9^e année à diverses carrières. L'une de ces émissions s'appuie sur le modèle de socialisation.

Sayer a utilisé des moyens audio-visuels pour présenter aux étudiantes des exemples de femmes ayant réussi dans leur vie professionnelle. La manière dont ces femmes ont pu concilier leurs responsabilités professionnelles et familiales est également illustrée. Certaines travaillaient dans des métiers considérés traditionnellement comme féminins, et d'autres dans des professions plutôt inhabituelles pour des femmes.

Tous les programmes mis à l'essai par le chercheur ont permis d'élargir l'éventail des carrières pour lesquelles les filles de 9^e année ont manifesté de l'intérêt.

Le fait que ces programmes ne se déroulent pas de façon autonome, mais font partie intégrante de la vie quotidienne des élèves, est illustré par un incident que signale Sayer. Au moment où les listes de carrières ont été dressées, avant la mise en oeuvre des programmes de sensibilisation aux carrières, une seule fille a mentionné une certaine profession. Et pourtant, dans une étude de suivi menée quelques semaines plus tard, cette profession a été indiquée par une très forte proportion des filles de 9^e année interrogées. Cette carrière d'animatrice de croisière n'avait guère été mise en relief par le programme de sensibilisation. Or, justement à la même époque, une série télévisée mettant en vedette un personnage féminin de premier plan, animatrice de croisière sur le Love Boat, était très suivie par les élèves. C'est là un exemple parfait, montré plusieurs fois, de modèle de socialisation: une jeune femme très séduisante, dans un décor romantique, ayant une occupation prestigieuse et, apparemment, ne possédant pas de formation scolaire spécialisée.

Toutes ces études nous suggèrent que le médium vidéo est un instrument qui peut contribuer adéquatement à satisfaire le besoin d'information identifié chez les femmes.

1.4 Changement d'attitude

Cent vingt étudiants inscrits en première année d'université ont participé à l'expérience de McGuire (1960) sur le changement d'attitude. Le message était présenté par un orateur verbalement et de façon persuasive et présentant des informations sur les règlements de l'école importants à observer.

Un questionnaire administré au sujet avant qu'il ne reçoive cette présentation, immédiatement après et une semaine plus tard, a mesuré leur attitude. McGuire a observé immédiatement après le traitement un changement d'attitude des sujets dans la direction qu'il avait prévu sur le sujet traité dans l'exposé.

Insko (1962) prétend que l'acquisition de nouvelles informations sur une réalité, sur un changement des facteurs sociaux, sur un transfert d'anxiété occasionnant des problèmes internes, sont tous des facteurs susceptibles de produire un changement d'attitude. Bien que l'attitude, soit la résultante de plus d'une influence, il reste possible d'identifier un élément plus déterminant que les autres. Selon Insko l'acquisition de nouvelles informations est un instrument nécessaire pour produire un changement d'attitude.

Kiesler, Collins et Miller (1969) affirment qu'un individu cherche de nouvelles connaissances et développe des attitudes pour organiser et comprendre son environnement.

Lorsqu'un problème survient qu'il ne peut résoudre, l'individu cherchera des informations supplémentaires pour développer une attitude ou changer celle qui existe déjà. Les facteurs qui influencent le traitement de l'information peuvent aussi modifier le degré de changement d'attitude lorsque l'information est diffusée dans ce but.

La recension des écrits démontre bien que les changements d'attitude peuvent être provoqués par divers facteurs. De plus, elle tend à montrer qu'un gain d'information est déterminant pour amener un changement d'attitude.

1.5 Evaluation formative d'un vidéo

Scriven (1967) fait une distinction très nette entre l'évaluation formative et l'évaluation sommative, et les définit comme suit:

"L'évaluation formative consiste à évaluer un programme ou un document en voie de développement ou de production, pendant qu'il est encore possible de le modifier.

L'évaluation sommative consiste à évaluer un document une fois terminé, dans le but de déterminer s'il doit être adapté ou utilisé tel quel".

Scriven a introduit un concept d'évaluation qui tient compte de l'information recueillie auprès des étudiants et/ou d'experts.

La distinction qu'il fait entre les deux formes d'évaluation attire de nouveau l'attention, quelques années plus tard, de quelques autres éducateurs américains, dont Komoski, lequel désigne l'évaluation formative désormais sous le vocable, "Learner Verification and Revision" (LVR), soit la vérification et la révision du produit pédagogique auprès de l'étudiant.

Les deux appellations (évaluation formative et LVR) se réfèrent à une évaluation effectuée au cours du processus de conception, d'élaboration, de production et de diffusion du programme ou du document. Il s'agit donc d'une évaluation continue.

Nathenson (1975) a élaboré une technique d'évaluation de programme à l'Open University de Londres, basée sur la cueillette d'information auprès des étudiants. Vingt-huit sujets choisis au hasard et représentatifs du public-cible ont participé à l'expérience. Le cours de musique évalué par cette étude était composé de seize étapes et chaque unité comprenait un texte et un enregistrement de musique. Après chaque unité, l'étudiant complétait un test et faisait son auto-correction avant de passer à l'étape suivante. Nathenson a recueilli l'information au moyen de "feedback questions" ou questions de rétroaction. Ce questionnaire demandait à l'étudiant ses commentaires sur l'unité qu'il venait de compléter.

L'analyse des réponses et des commentaires sur le contenu en général, les exemples, le test et les questions ouvertes sur les attitudes des étudiants servirent à l'amélioration de ce cours.

Les conclusions de l'étude de Nathenson suggèrent que pour produire de bonnes révisions, il est indispensable d'avoir le maximum d'informations et que les questions de rétroaction constituent un moyen valable de recueillir ces informations auprès des étudiants lors de la phase de mise à l'essai des documents.

Selon Bouchard (Sesame Street/CBC 1979), la recherche dite formative se veut un cas de recherche appliquée. Elle ne vise pas nécessairement à améliorer un corpus de connaissances. En un sens, elle se veut plus pragmatique et plus éclectique. L'objet de son attention est un produit.

Au centre de recherches Sesame Street/CBC les chercheurs utilisent la méthode du feedback immédiat, fourni par une version modifiée du "distracteur" pour observer la chute d'intérêt des téléspectateurs. Pendant qu'une émission de Sesame Street est diffusée sur l'écran principal -- à deux enfants laissés seuls dans la salle -- un autre écran tente de distraire les enfants en diffusant des diapositives à intervalle de sept secondes.

Les réactions sonores des jeunes spectateurs sont enregistrées et des observateurs dissimulés derrière un miroir à sens unique surveillent et notent l'attention visuelle des enfants. Ensuite, les enfants passent quelques tests: connaissance de mots, mémorisation de comptines, etc.

Chaque enfant n'est jamais plus de cinquante minutes en laboratoire, i.e., environ trente minutes à regarder un segment d'émission et environ vingt minutes à répondre aux autres questions de recherche. Le but principal de la recherche est de fournir de l'information aux réalisateurs sur l'auditoire-cible de la série, c'est-à-dire l'enfant de 3 à 5 ans, car c'est lui qui, en dernière analyse, juge les segments et les émissions de la série Sesame Street. Tout le problème des chercheurs réside dans la possibilité de connaître, d'une façon ou d'une autre, ces jugements des enfants -- non pas à travers les yeux de leurs parents ou de leurs professeurs, mais de la façon la plus directe possible --. Leur réaction permet de savoir si des modifications seront apportées (tant du point de vue sonore que visuel) à l'émission.

Bouchard considère la recherche formative en télévision comme un cas de recherche appliquée jouant un rôle essentiel dans le processus de création, où les recommandations des chercheurs ne visent qu'à augmenter l'efficacité de la production ou du procédé télévisuel.

Le respect de l'auditoire devient primordial: c'est le spectateur qui par sa réaction, détermine le contenu des segments et des moyens à prendre pour organiser ce contenu.

Dupont (1977) a utilisé l'approche de groupe pour mener un L.V.R sur un diaporama. Il a comparé deux techniques de cueillette en utilisant des groupes de plusieurs étudiants. L'une était basée sur l'utilisation d'un post-test de nature uniquement cognitive (vérification de l'atteinte des objectifs), l'autre sur le même type de post-test auquel on a ajouté une série de questions destinées à connaître les impressions des étudiants (questions de rétroaction) sur le document. Les résultats ont démontré qu'une évaluation faite avec l'information recueillie à l'aide du post-test, auquel on a ajouté l'information du questionnaire de rétroaction, est plus efficace qu'une révision tenant compte du post-test seulement.

Dans la présente recherche, nous nous sommes intéressés comme Dupont à l'approche de groupe, et notre questionnaire post-visionnement a été composé des questions de rétention et de rétroaction. Les recommandations pour les prochaines émissions de la série ont été inspirées des informations fournies par les questions de rétroaction ainsi que le suggère Dupont.

Une enquête menée par Komoski (1974) conclut que moins de 1% des documents éducatifs produits aux Etats-Unis chaque année, ont subi une quelconque forme d'évaluation formative auprès

des étudiants. Au Québec, une enquête menée par l'Université de Montréal (Pflieger, Bordeleau, Stolovitch, 1978) dans tout le réseau scolaire, révèle que moins de 5% des réalisateurs, utilisent les étudiants pour tester leurs produits ou même considèrent cela comme important.

Nous croyons que l'évaluation formative est en mesure, à long terme, de remédier à l'habitude de non-consultation du public-cible, qui existe un peu partout dans le milieu de l'éducation au Québec et d'améliorer la qualité des émissions éducatives produites. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de l'appliquer.

Chapitre 2

Evaluation du vidéo.

2.1 Objectifs d'évaluations

Les objectifs spécifiques de cette évaluation sont de recueillir les opinions du public-cible quant à la formule d'émission choisie et de recueillir des données propres à améliorer les prochains documents vidéos produits sur le même sujet .

Est-ce que la formule classique de la table ronde -- où l'on regroupe des personnes impliquées dans l'information scolaire et professionnelle afin de les faire dialoguer sur les problèmes d'orientation des femmes -- est un genre d'émission susceptible d'intéresser les étudiantes du collégial? Et de les amener à changer d'attitude envers la femme et le marché du travail ?

Dans le cadre de cette réflexion, la réalisatrice désirait prendre le pouls d'un groupe de spectateurs. Pour ce faire, il a utilisé un questionnaire et, comme objet d'étude, le premier document d'une série d'émission intitulée:

"Magazine -Impacts technologiques"

En s'intéressant aux réactions d'un échantillon représentatif du public-cible, la réalisatrice s'est penchée sur divers aspects, par exemple la mise en situation, le choix des invités (spécialistes vs non-spécialistes), et sur d'autres questions concernant la production (la durée, la qualité technique, l'animation) ainsi que sur le contenu proprement dit (voir questionnaire Annexe B)

La réalisatrice désirait de plus, à titre exploratoire, profiter de cette occasion pour recueillir des éléments de réponse à d'autres questions:

- que retiennent les gens de l'information présentée?
- qu'est-ce que les spectateurs aiment et n'aiment pas dans ce genre de vidéo?
- quelles caractéristiques doit-on considérer dans le choix des invités?
- quels sont les besoins du public-cible quant à une série d'émissions d'information professionnelle?
- quels sont les thèmes qui l'intéresseraient davantage?

2.2 Définitions des variables

Pour atteindre nos objectifs nous avons identifié les variables suivantes;

Dépendantes : l'attitude et la rétention

Indépendante : le visionnement du vidéo

2.3 Hypothèses

1. Traitement/attitude

H₀ Le visionnement du vidéo n'a pas d'influence sur l'attitude.

H₁ Le visionnement du vidéo amènera un changement positif d'attitude du spectateur envers la femme et le marché du travail.

2. Information préalable/rétention

H₀ L'information préalable n'aura pas d'effet sur la rétention.

H₁ L'information préalable augmentera la rétention.

3. Formule/rétention

H₀ L'appréciation de la formule par le spectateur n'a pas d'impact sur sa rétention d'informations.

H₁ Si le spectateur aime la formule, il obtiendra des résultats de rétention plus élevés que ceux qui n'aiment pas la formule de présentation.

2.4 Echantillon

Cent étudiants au D.E.C., dont l'âge moyen est de 18 ans (soit une distribution de 17 à 21 ans) répartis à peu près également entre les deux sexes (55% hommes, 45% femmes) et provenant du Cégep St-Laurent ont participé à ce projet de recherche. Ils ont été traités en cinq groupes selon la classe à laquelle ils appartenaient, chaque groupe était issu d'une classe différente et a été rencontré comme groupe classe.

Il s'agit d'un échantillon plutôt homogène, 89% étudiant à temps plein, 65% ne travaillant pas, 89% étant célibataires et 85% de langue française.

Notre public-cible a été identifié comme étant des étudiantes du niveau collégial. Cependant lors de l'évaluation du vidéo sur le terrain, il n'a pas été possible de diviser les groupes par sexe, ni de choisir les participants au hasard. Nous avons donc décidé de considérer l'opinion des deux sexes quant à l'évaluation de ce vidéo d'adressant aux femmes.

2.5 Description des instruments de mesure

Les instruments de mesure -- les questionnaires pré-post-visionnement -- ont pour rôle de fournir les informations nécessaires et complètes afin de pouvoir proposer des révisions susceptibles d'améliorer les vidéos de la série.

Le questionnaire pré-visionnement créé par l'auteur comprend plusieurs sections . Il a aussi été utilisé dans le cadre d'un autre projet de recherche auquel l'auteur a travaillé "La femme, et l'éducation supérieure " sous la supervision de Joyce Barakett¹ (1983). Pour la présente recherche nous avons utilisé les sections portant sur la démographie et l'attitude envers la femme et le marché du travail, sections significatives pour notre étude. Le questionnaire post-visionnement a été créé par l'auteur spécifiquement pour la présente recherche.

Questionnaire I - " pré-visionnement "

Section démographique: elle fournit les renseignements pour identifier les caractéristiques de la population (âge, sexe, statut social, statut civil, etc.)

Section attitude envers la femme et le marché du travail: indication de l'attitude de la population envers la femme et le marché du travail avant le visionnement.

Section information préalable: indication du besoin et niveau d'information de la population sur le sujet.

¹Joyce Barakett, professeur agrée au département d'éducation à l'Université Concordia

Questionnaire II - "post-visionnement"

Section attitude envers la femme et le marché du travail: les mêmes questions que dans le questionnaire I ont été posées de nouveau. Indication de l'attitude de la population après le visionnement.

Les sections rétention et rétroaction ne sont pas jumelles avec le questionnaire pré-visionnement et concernent des informations que la réalisatrice veut recueillir sur le vidéo visionné.

Section rétroaction (évaluation du vidéo): permet de connaître les impressions et l'attitude de la population sur le vidéo visionné (formule, choix des invités, durée, qualité, etc.).

Section rétention: permet de mesurer le degré de rétention de l'information de chaque sujet tout de suite après le visionnement du vidéo.

2.6 Déroulement de l'expérience

L'expérience s'est déroulée dans une salle de cours, en période régulière. Pour tous les groupes, on a choisi la période du cours de français d'une durée de quatre-vingt-dix minutes. Ces rencontres ont eu lieu durant les deux premières semaines du mois d'avril mil neuf cent quatre-vingt-trois.

Les étudiants n'étaient pas prévenus à l'avance qu'ils participeraient à un projet de recherche. Le professeur a d'abord présenté le chercheur et le sujet de la recherche. La collaboration des étudiants était volontaire. Le chercheur expliqua aux étudiants le déroulement de l'expérience: à la première rencontre, ils rempliraient un questionnaire de type sondage et, la semaine suivante, un vidéo d'information leur serait présenté pour évaluation. On demanda aux étudiants de répondre à toutes les questions. S'ils ne comprenaient pas quelque chose on leur répondait individuellement (voir Annexe A).

Chacun créa son propre sigle pour identifier son questionnaire et préserver l'anonymat, procédé nécessaire à cause des réticences qu'ont les étudiants face aux questionnaires. Tous les groupes ont été soumis au même traitement.

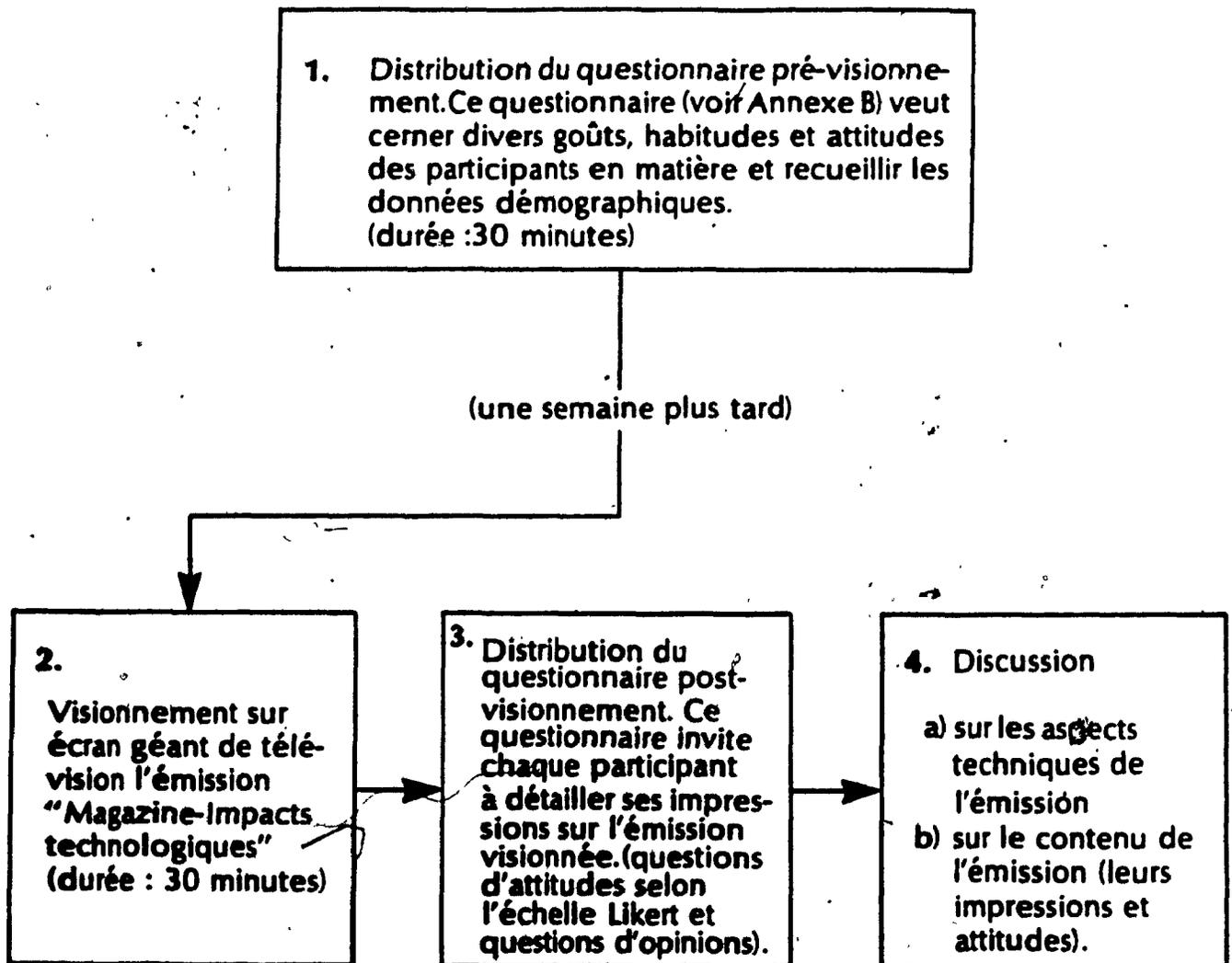
La première étape de l'expérimentation a consisté à faire compléter un questionnaire de sondage par les groupes. Ce sondage (d'environ trente minutes) nous a permis de mieux connaître les caractéristiques démographiques des répondants, ainsi que leur attitude envers la femme et le monde du travail. (voir Figure 1)

La deuxième étape de l'expérimentation a eu lieu une semaine plus tard. Il y eut alors présentation du document "Magazine- Impacts technologiques" à chacun des cinq groupes. Après le visionnement du document, les étudiants ont complété un questionnaire post visionnement d'environ vingt minutes (3^e étape).

La quatrième étape fut l'animation du groupe d'étudiants participants pour recueillir de vive voix leurs commentaires sur le vidéo (durée: environ quinze minutes).

Déroulement de l'expérience

Tous les groupes ont été soumis au même traitement. Chaque rencontre a eu lieu pendant une période de cours de français et comportait les étapes suivantes:



2.7 Démarche d'évaluation

La démarche d'évaluation doit se juxtaposer au plan de production pour garantir une meilleure qualité des documents éducatifs produits. Nous nous sommes inspirées du modèle LVR tel que modifié par Dupont (1977) que nous avons remodifié.

(voir Figure 2)

Le point de départ de notre évaluation (voir Figure 3) est donc la disponibilité de la première émission de la série. Cette première émission qui est une émission-pilote, une fois produite, entre dans la phase d'évaluation proprement dite: la mise à l'essai avec plusieurs étudiants représentatifs du public-cible, l'analyse des données obtenues lors de la mise à l'essai et la décision.

A l'étape de la décision, il s'agit de déterminer si l'émission a été bien reçue du public-cible ou non et si l'on doit continuer le projet de réalisation d'une série. Si la décision est "non" (c'est à dire que les étudiants ont formulés des critiques) les résultats seront alors traduits en recommandations et les autres émissions de la série seront produites suivant ces suggestions.

Nous avons modifié l'étape de la révision puisqu'il ne s'agit pas dans notre recherche d'un prototype auquel on veut faire des modifications mais qu'il s'agit plutôt de l'évaluation d'une première émission pour le bénéfice de la série.

Modèle LVR selon Dupont

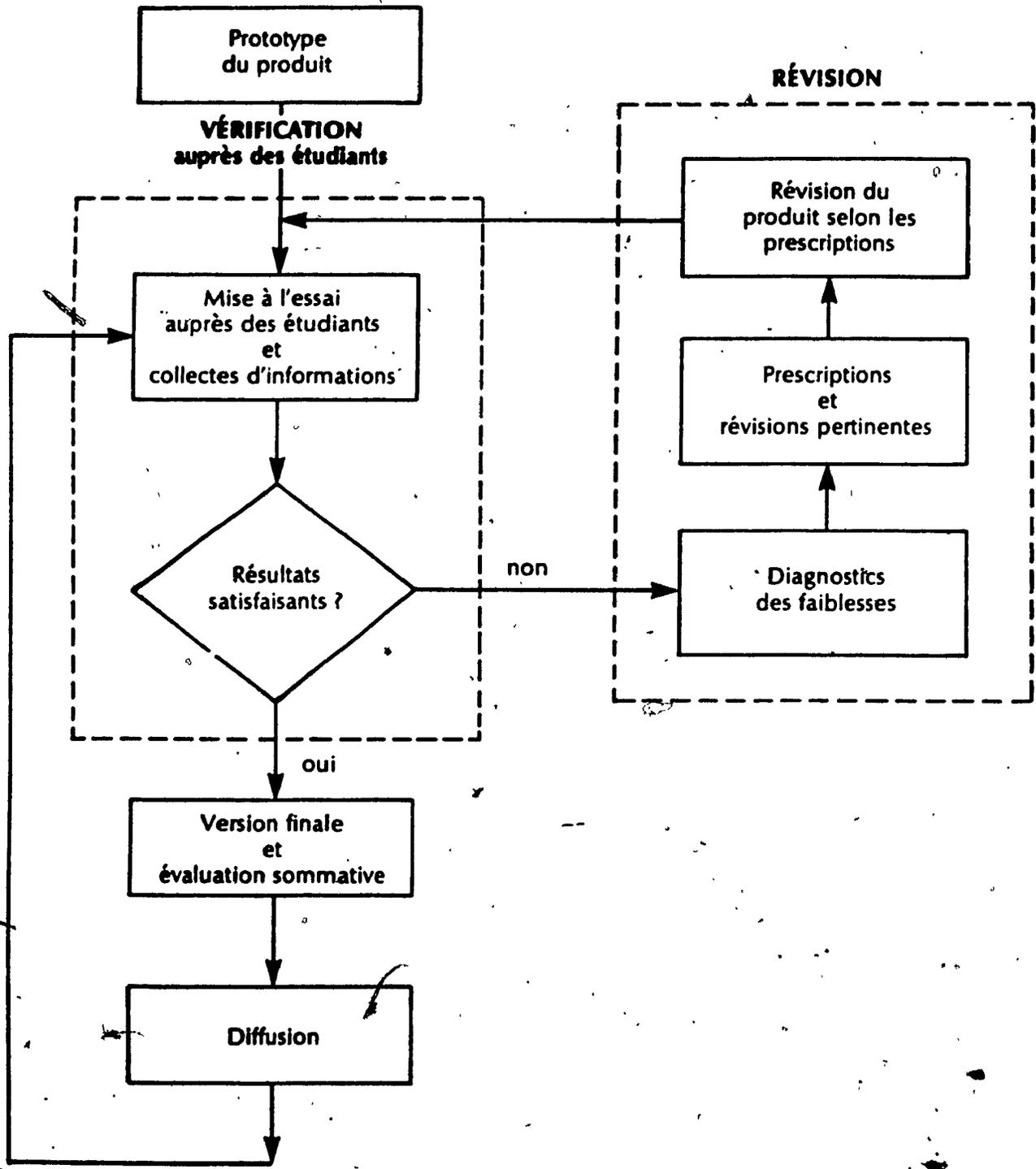
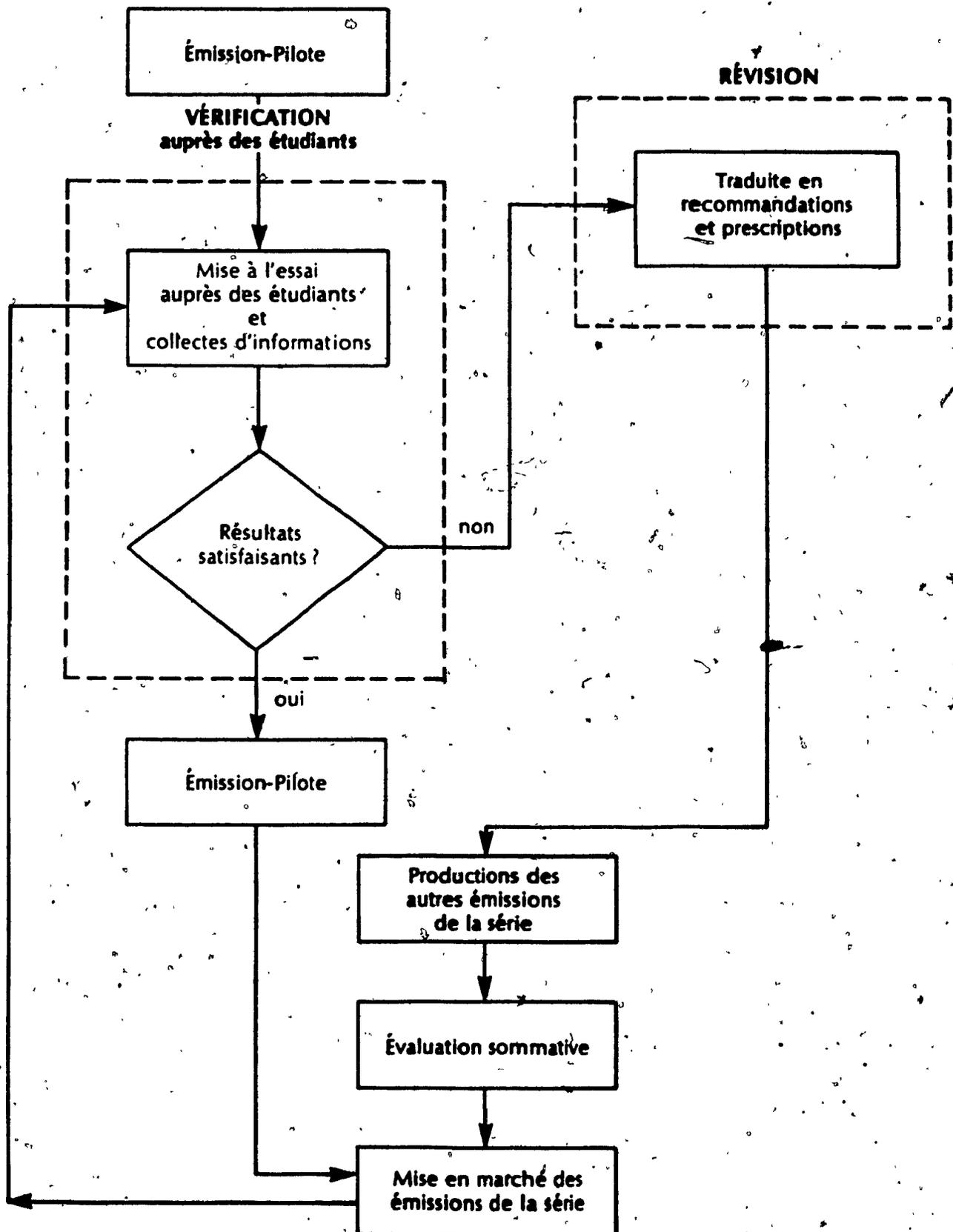


Figure 3

Démarche d'évaluation



Chapitre 3

Production d'un vidéo

3.1 Démarche de production

Durant la conception et la production de ce projet de recherche, la réalisatrice a considéré et fait l'analyse des éléments suivants: le besoin, les objectifs, le contenu, le choix du médium, les contraintes, la conception et la production de l'émission pilote (voir Figure 4). Ce cheminement durant la production a permis à la réalisatrice de voir à ce que le but poursuivi par la recherche soit respecté et également de viser à une meilleure qualité au niveau de la conception et de la production du matériel.

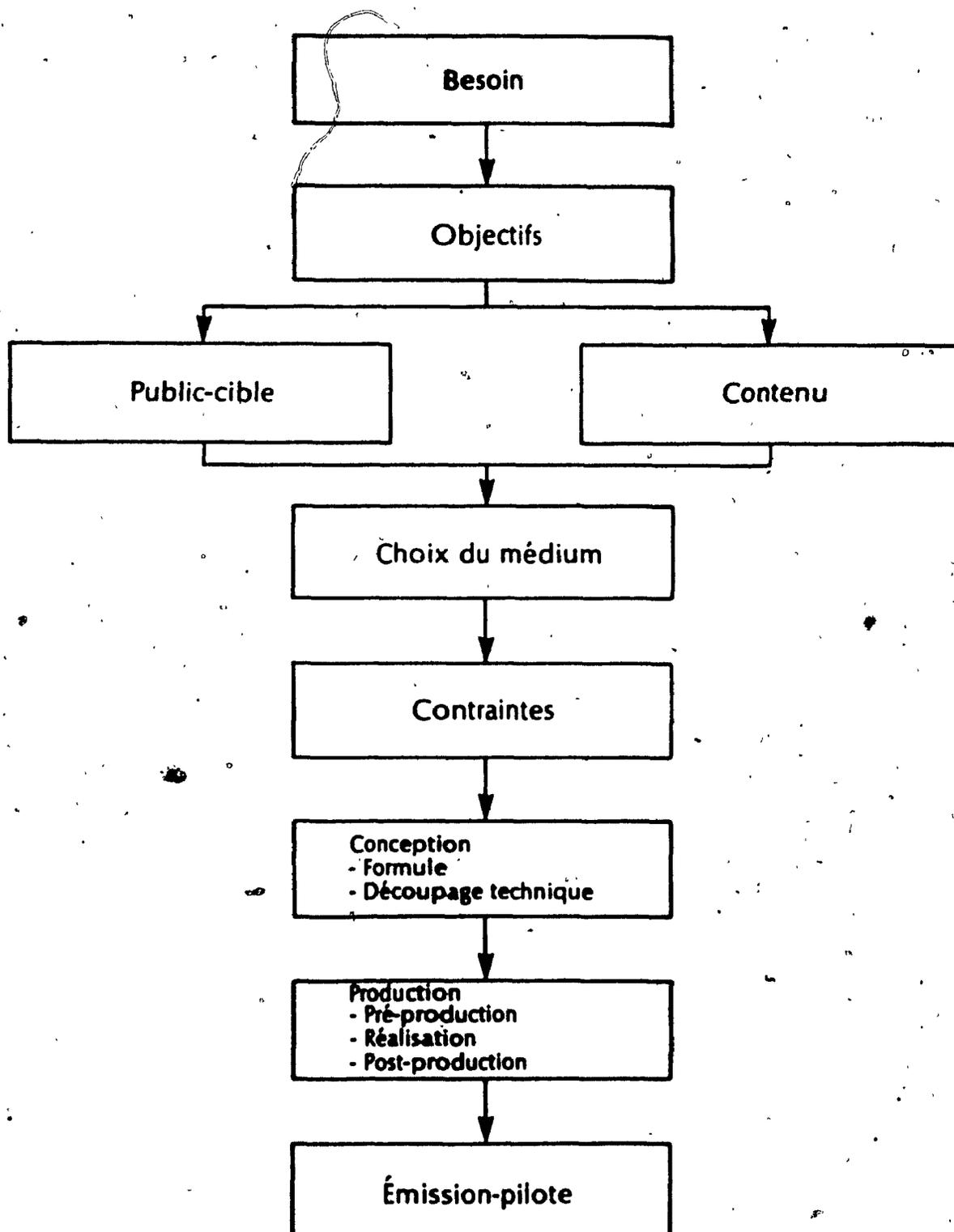
Les paragraphes ci-après décrivent la démarche accomplie pour obtenir le résultat final: la production d'un vidéo.

3.2 Besoin

La croissance du taux d'activités des femmes est certainement un des phénomènes les plus importants des dernières décennies pour le marché du travail.

Figure 4

Démarche de production



On a longtemps qualifié le travail féminin de travail d'appoint, mais la réalité est bien différente: les femmes travaillent pour les mêmes raisons que les hommes. Elles travaillent d'abord pour des raisons économiques (Greer 1970). Cette augmentation du nombre de femmes qui travaillent n'a cependant pas modifié le tableau d'ensemble de la main-d'oeuvre féminine, pas plus que le portrait de nos institutions scolaires.

Les statistiques sur la clientèle scolaire des niveaux secondaires, collégiales et universitaires démontrent combien les femmes restreignent encore l'éventail de leur choix. Les femmes se retrouvent encore, en majorité, dans les secteurs traditionnellement dits "féminins" (Boucher 1978). La moyenne des femmes qui poursuivent leurs études ont à lutter contre d'énormes obstacles d'ordre psychologique, social, familial quelque soit la voie choisie.

Elles ont moins d'incitation à poursuivre leurs études où à s'y consacrer avec autant d'énergie que les hommes dont le but principal est de faire carrière (Greer 1970). La plupart rêvent au mariage et leurs attentes concernant leur participation au marché du travail sont très irréalistes. Cela aura des conséquences dramatiques pour les femmes qui devront subvenir à leurs besoins et éventuellement à ceux d'une famille. En 1976 au Québec, plus de 80% des chefs de familles monoparentales sont des femmes.

Leur choix qui souvent les a cantonnées dans des fonctions subalternes et peu rémunératrices rend difficile leurs conditions de vie. Elles ne gagnent pas suffisamment d'argent pour entretenir les personnes qu'elles ont à leur charge et vivent sous le seuil de la pauvreté. Pour Evelyne Sullerot la reproduction sexuelle du travail s'explique ainsi:

"A l'intérieur du monde du travail, une répartition des tâches et des rôles entre les sexes n'a cessé de s'opérer, conduisant au maniement courant des notions de "métiers féminins" et "métiers masculins". Cette dichotomie créatrice de ghettos professionnels féminins a de graves et néfastes conséquences sur le statut des femmes dans le monde du travail. Elle contribue largement à l'infériorité des salaires féminins." p. 493

Il est difficile de démêler ce qui, spécifiquement, influence les motivations des femmes dans leur choix professionnel; leurs préférences, leur choix délibéré, leur intérêt et ce qui n'est que conséquences des conditionnements sociaux, des préjugés familiaux envers l'éducation des filles, de leurs propres préjugés ou du manque de modèles féminins auxquels elles pourraient s'identifier.

Les conditionnements sociaux jouent un rôle déterminant, et il faut agir sur eux. Evelyne Sullerot suggère trois interventions pour élargir l'horizon des femmes, offrir de nouveaux modèles et casser les stéréotypes:

"Il convient pour cela de surveiller les livres de classe afin qu'ils ne véhiculent pas d'images stéréotypées de tâches et de métiers féminins. Il faut former les enseignants eux-mêmes afin qu'ils ne soient pas les agents de transmission de ces images fixées, améliorer les conseils en orientation, etc". p. 496

L'étude de Fahmy Pomerleau (1972) sur les aspirations professionnelles d'adolescentes québécoises révèlent que l'aspiration au mariage et à la vie familiale se présente souvent sous une forme très traditionnelle et de plus elle laisse peu de place à l'émergence d'autres aspirations.

La plupart envisagent allègrement de renoncer de façon définitive ou pour un temps très long, à toute forme d'activité professionnelle après le mariage. Elle rapporte que la majorité des interviewées avaient une connaissance presque nulle des problèmes touchant la condition féminine. Il apparaît évident que le problème de l'emploi des femmes est étroitement relié à celui de la formation scolaire et professionnelle (Greer 1970). Afin d'encourager les femmes à choisir des secteurs d'études et de travail non-traditionnels, on doit leur proposer de nouveaux modèles d'identification (Dunningan 1977).

Puisque leur cinéma intérieur se conforme aux modèles que leur propose la société via les médias, il s'agit de modifier les modèles présentés par ces derniers. Il apparaît aussi très important de fournir aux étudiantes de l'information qui permettra de les sensibiliser à la condition féminine de l'emploi et d'élargir leur vision quant aux vastes possibilités dans leur choix de carrière (O'Hara 1971).

Afin d'amener chez les étudiantes une perception plus réaliste du monde du travail une intervention s'impose. Nous avons choisi comme moyen d'intervention de produire un vidéo qui présente de l'information sur les difficultés qu'implique le choix de carrière.

3.3 Objectifs

1- Objectif général

Transmettre des données d'information sur les contraintes du choix de carrière répondant ainsi aux besoins des femmes.

2- Objectifs cognitifs

Amener les femmes à penser à leur orientation et à mieux comprendre la portée de leurs études actuelles.
Amener une perception réaliste du monde du travail.

3- Objectifs affectifs

Sensibiliser les étudiantes à l'importance d'une orientation professionnelle à partir d'une information adéquate.

Encourager les étudiantes à adopter des conduites d'exploration pour obtenir des informations sur les carrières.

3.4 Public-cible

Ce document s'adresse aux étudiantes du niveau collégial francophone de la région de Montréal. Leur âge varie entre 17 et 21 ans.

Nous avons choisi ce groupe d'âge parce que, bien que nous croyions que l'information scolaire et professionnelle est importante à tous les niveaux de l'éducation, elle l'est plus encore entre 17 et 21 ans. On reconnaît qu'au secondaire, la femme est à un moment important dans son choix d'orientation (O'Hara 1971). Cependant, au collégial, les étudiantes ont déjà fait un certain choix et elles ne disposent pas d'information pour le remettre en question. Il apparaît donc essentiel de rejoindre d'abord ces étudiantes, plus démunies. Il est important d'identifier le public-cible parce qu'il conditionne la construction du message et influence le choix des canaux de transmission, donc du médium.

3.5 Contenu

Ce document a été réalisé selon la formule "table-ronde". Il se présente sous la forme d'une vidéo-cassette 3/4" couleur. Il dure 28:45 selon la norme des télé-diffuseurs.

Une animatrice professionnelle et quatre experts (deux femmes et deux hommes) ont été réunis pour discuter sur les problèmes rencontrés par les étudiantes dans leur orientation professionnelle.

Voici un bref résumé des thèmes qui ont été discutés durant cette émission:

- Les stéréotypes sexuels commencent dans la famille et c'est là que les changements doivent se faire.
- Dans une bonne proportion, les femmes auront, elles aussi, à gagner leur vie comme les hommes.
- Il existe des "voies de garage", des spécialisations dans le système scolaire qui freinent toutes possibilités de polyvalence chez les jeunes et cela est dramatique pour certains.
- Les femmes devraient-elles s'inquiéter des changements technologiques qui font disparaître bon nombre de métiers qui leurs étaient traditionnellement réservés? Quelle sorte d'avenir les attend?
- On remarque que les femmes choisissent encore les programmes d'études traditionnellement féminins.

- Est-ce que les femmes sont bien informées sur la situation qui les attend sur le marché du travail?
- On a une image stéréotypée de ce qu'est une femme scientifique - il manque de modèles pour les femmes dans ce domaine.
- On suggère aux jeunes de poursuivre leurs études et aux femmes de considérer d'autres choix que les choix traditionnels.

3.6 Choix du médium

Sive (1979) prétend que le choix d'un médium dépend de plusieurs facteurs. Dans notre vidéo, les facteurs se décrivent de la façon suivante: le nombre de spectateurs à qui s'adresse le document (large groupe, petit groupe, individu), la nature des objectifs pédagogiques (cognitifs, affectifs, psychomoteurs); les caractéristiques du public et leurs préférences; la nature du document (éducatif, évaluatif); l'environnement.

Pour choisir le médium vidéo, le réalisateur a considéré les mêmes facteurs que Sive. Le document à produire s'adressait à un groupe de plusieurs étudiants. Les objectifs pédagogiques sont cognitifs (information professionnelle) et affectifs (sensibiliser les étudiantes à l'importance de leur choix). Quant aux caractéristiques du public-cible et leurs préférences: Glaze et Ellis (1980) rapportent que les étudiantes

préfèrent recevoir l'information scolaire et professionnelle dans le cadre d'une émission télévisée.

En outre, elles préfèrent les émissions de télévision au matériel imprimé ou au cours magistral (si on leur en donne le choix).

Nous voulions produire un document éducatif qui susciterait l'intérêt du public-cible et pourrait engendrer une réflexion personnalisée à partir de la présentation d'opinions diverses. On peut considérer aussi les spécificités de l'environnement soit le budget, les conditions techniques de production et de diffusion.

Le budget de ce projet de recherche permettait une production en studio mais sans tournages extérieurs, ceux-ci étant trop coûteux, ce qui limita la réalisation. Quant à la diffusion, elle fut un facteur déterminant: les Cégeps de la région de Montréal à qui s'adresse ce document utilisent la télévision en circuit fermé, ce qui permet une diffusion simultanée dans plusieurs classes et facilite la diffusion à un plus large groupe.

Tous ces facteurs pris en considération, la télévision est le médium dont les caractéristiques sont les plus appropriées pour rejoindre notre public-cible.

3.7 Contraintes de production

Ce sont les limites que la réalisatrice a du considérer avant de faire la conceptualisation de ce vidéo.

Dans ce projet de recherche ces contraintes se résument ainsi:

- Budget de production
- Ressources techniques: celles disponibles à l'université Concordia (Studio A)
- Ressources humaines: recrutement de collègues bénévoles pour la réalisation du vidéo, recrutement des invités participant bénévolement à l'émission.
- Horaire de production: tenir compte de la disponibilité des invités limitée à cause de leur travail.
- Calendrier de production: afin que les résultats de l'évaluation de cette émission pilote puissent servir à améliorer les autres productions de la série nous devons rencontrer l'échantillon du public-cible avant la fin de l'année scolaire en cours soit, avril 1983.
- Réalisation de la série: faisant suite à ce projet, quatre autres émissions de la série ont été produites entre juin et novembre 1983 incorporant les recommandations faites par l'auteur dans leur conception et réalisation.

3.8 Conception et Production du vidéo

Conception

Nous avons choisi la formule "table ronde" pour cette émission. Le thème du choix de carrière est actualisé par une telle approche qui se veut créatrice d'identification, et dynamise les processus de réflexion et de discussion qui doivent suivre. Cette formule permet l'expression d'une pluralité d'idées présentées par différentes personnes et la diffusion de l'information sous ses divers aspects.

Le découpage préliminaire contient l'essentiel des thèmes qui seront discutés durant l'émission ainsi que le minutage prévu par la réalisatrice pour l'ensemble de l'émission.

La musique d'ouverture et le titre apparaissent dans les trente premières secondes suivis de l'introduction du sujet par l'animatrice qui dure deux minutes. La présentation des invités est limitée à une minute chacune soit quatre minutes au total. Le débat se déroulera librement à l'intérieur d'un bloc de vingt minutes. L'animatrice a durant cette période le rôle de faciliter la discussion et les interventions de tous les invités. La conclusion faite par l'animatrice est minutée à une minute quarante secondes incluant le générique.

(Voir Annexe F)

Pré-production

Après que le choix de la formule de présentation fut déterminé, nous avons fait le recrutement des participants pour l'émission. Le choix de l'animatrice était important dans notre souci de produire une émission de bonne qualité. Nous avons sollicité la participation d'une animatrice professionnelle de Radio-Québec qui a accepté de collaborer bénévolement à ce projet de recherche. Pour le choix des invités à la table-ronde, un conseiller en orientation nous a suggéré des candidats pour leur connaissance du sujet.

Nous en avons sélectionné quatre (deux femmes et deux hommes) parce que nous étions limités quant à la durée de l'émission (28:45) et le nombre de thèmes à discuter pour accorder à chacun le temps voulu pour s'exprimer.

L'animatrice et les quatre invités ont reçu deux semaines avant le tournage de l'émission le découpage préliminaire ainsi que la copie de cinq articles sur l'orientation des femmes (Annexe F - dossier de presse).

L'animatrice a aussi reçu l'orientation que la réalisatrice voulait donner à l'émission, ainsi que les questions à poser aux invités lors des deux rencontres précédant la réalisation de l'émission en studio. Chaque invité a reçu des pistes de

suggestions différentes sur les thèmes qu'il aurait à développer durant l'émission. La réalisatrice a procédé de cette façon pour s'assurer de la direction de l'émission puisque cette formule laisse place à beaucoup d'imprévus quant à son contenu.

La réalisatrice, voulait aussi, donner à l'ensemble des participants de la table-ronde un background d'information en commun comme base à la discussion. L'animatrice et les quatre invités ont libéré les droits de diffusion permettant l'utilisation du document à des fins éducatives.

Réalisation

L'émission a été réalisée en direct dans le "studio A" de l'Université Concordia le 18 février 1983. Ce studio de télévision offre les mêmes possibilités qu'un studio de télévision commerciale. Le décor a été gracieusement prêté par Import Bazar.

La musique originale a été composée par un musicien professionnel. L'équipe de production a été confiée à des étudiants(es) en technologie éducative très compétents qui cependant n'avaient pas d'expérience professionnelle en télévision.

L'animatrice et les invités sont arrivés une heure avant l'enregistrement de l'émission. Ils ont tous libéré les droits de diffusion permettant ainsi l'utilisation du document à des fins éducatives. (voir Annexe G)

Après une courte rencontre avec la réalisatrice pour préparer l'enregistrement, ils ont pris leur place dans le décor. A l'exception de l'animatrice et d'un des invités, c'était la première expérience de télévision pour les trois autres invités. L'enregistrement de l'émission a été fait en direct, sans reprises, ni aucune interruption afin de conserver l'élément de spontanéité important dans ce genre d'émission. Le découpage technique sert de feuille de route à l'équipe de production durant l'enregistrement de l'émission en studio.

(voir Annexe F)

Mode de présentation

Le mode de présentation, lors de la diffusion de l'émission, nous apparaît un élément important afin de mieux intégrer le médium à la situation d'apprentissage. La présentation d'un vidéo sans encadrement diminue, selon nous, son impact. C'est pour cette raison qu'un "guide de l'utilisateur" accompagnant la vidéo-cassette a été produit (voir Annexe C), proposant aux personnes-ressources une stratégie de présentation et un guide d'animation.

Le professeur et/ou le conseiller d'information professionnelle pourront, après le visionnement du document, poursuivre la discussion par une animation structurée du groupe et approfondir des points soulevés par les commentaires des participants à l'émission. Dans cette démarche, la discussion qui suit le visionnement du document permet aux étudiantes de s'exprimer sur le sujet et d'échanger entre elles sur leurs expériences vécues.

Chapitre 4

Résultats

Cet échantillon peut-être considéré assez important pour nous donner un portrait de ce que pense l'ensemble des étudiants des Cégeps de la région de Montréal. Sa composition, en terme de sexe, d'âge, correspond également aux caractéristiques du public-cible. Cependant, comme nos répondants n'ont pas été choisis au hasard, mais sont des groupes classes qui sous la demande du chercheur et de leur professeur de français ont accepté de participer à cette recherche, ils constituent possiblement un échantillon plus motivé que l'ensemble à l'égard du document visionné. Il s'y trouve malgré tout, comme nous le verrons dans les résultats de l'évaluation du vidéo, un éventail d'opinions et de critiques très variées.

4.1 Données démographiques

Cent étudiants du Cégep St-Laurent ont participé à cette recherche dont quarante-cinq femmes et cinquante-cinq hommes. La majorité 89% sont étudiants à temps plein et 11% à temps partiel. On en dénombre 63% qui ne travaillent pas, mais même s'ils étudient à temps plein, 35% ont un travail à temps partiel tandis que 2% travaillent à temps complet. La moyenne d'âge est entre 17 et 21 ans. Dans une proportion de 87%, ils sont célibataires, 2% sont mariés, 2% vivent avec un conjoint et 9% n'ont pas répondu à cette question.

La langue française pour 85% est la langue parlée à la maison, pour 2%, c'est la langue anglaise et pour 11%, c'est une autre langue et 2% n'ont pas répondu à cette question. Le Cégep St-Laurent est une institution de langue française, les étudiants qui fréquentent ce Cégep doivent donc tous avoir une connaissance suffisante du français pour y poursuivre leurs études.

Dans ces groupes, 48% sont inscrits en première année de Cégep, 46% en deuxième et 6% en troisième. Ces étudiants proviennent de différents programmes d'études, sciences humaines, sciences pures, art, informatique, etc. Quant à leurs habitudes d'écoute de la télévision, 5% y consacrent plus de quatre heures par jour, 54% entre deux et quatre heures et 41% moins d'une heure.

En ce qui concerne la qualité de l'information reçue lors de leur choix d'étude au Cégep, 50% estiment avoir bénéficié d'une information adéquate, 44% jugent cette information passable tandis que 16% la trouve insuffisante. Plus de 62% veulent poursuivre leurs études et obtenir un baccalauréat, 28% se destinent aux études supérieures, 4% s'orientent vers d'autres études et 6% se dirigent vers le marché du travail. Lorsqu'on leur demande ce qui a influencé leur choix d'études, 50% répondent s'être basés principalement sur leur expérience personnelle, 37% se sont fiés aux conseils d'un spécialiste, d'un parent ou d'un ami, 13% ont fait leur choix à partir d'une source d'information: journaux, dépliants publicitaires, télévision.

Concernant leur choix de carrière, 55% disent l'avoir déjà fait, 45% sont encore indécis, la proportion est égale pour les deux sexes.

Pour ce qui a influencé leur choix de carrière, 53% répondent que leur expérience personnelle a été à la base de leur choix, 28% ont été influencés par un spécialiste, un parent ou un ami, 19% par une source d'information: journaux, dépliants publicitaires, télévision.

Enfin, lorsque l'on demande aux étudiants quel programme d'études offre les meilleures chances d'emploi, la majorité, soit 59%, considèrent que c'est le programme d'informatique. Quant aux autres programmes d'études mentionnés dans le questionnaire, aucun n'obtient plus de 9% des voix des étudiants. Les données démographiques rapportées ci-dessus sont illustrées par les tableaux 1 à 14.

CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES DES PARTICIPANTS

TABLEAU 1

Nombres d'étudiants/groupe/sexe

GROUPE	FEMME	HOMME
G1	9	12
G2	12	9
G3	7	9
G4	8	12
G5	9	13
	-----	-----
	45	55
N=100		

TABLEAU 2

Temps accordé aux études/sexe

ETUDES	FEMME	HOMME	TOTAL
Temps plein	43	46	89
Temps partiel	--	3	3
Pas répondu	2	6	8
N=100			

TABLEAU 3

Distribution de l'âge des étudiants/sexe

AGE	FEMME	HOMME	TOTAL
17	9	12	23
18	21	21	42
19	14	13	27
20	2	2	4
21	1	3	4
N=100			

TABLEAU 4

Statut civil/sexe

STATUT CIVIL	FEMME	HOMME	TOTAL
Célibataire	40	47	87
Marié	2	--	2
Vit avec conjoint	--	2	2
Pas répondu	3	6	9
N=100			

TABLEAU 5

Langue parlée à la maison

LANGUE PARLEE A LA MAISON	
Français	85
Anglais	2
Autre	11
Pas répondu	2
N = 100	

TABLEAU 6

Inscriptions Cégep/sexe

ANNEE CEGEP INSCRIT	FEMME	HOMME	TOTAL
Première	18	30	48
Deuxième	25	21	46
Troisième	2	4	6
N = 100			

TABLEAU 7

Programme d'études

PROGRAMME D'ETUDES	FEMME	HOMME	TOTAL
Administration	6	9	15
Arts	3	5	8
Informatique	3	7	10
Sciences humaines	16	7	23
Sciences de la santé	7	5	12
Sciences pures	3	7	10
Technique	6	8	14
Pas répondu	1	7	8
N = 100			

TABLEAU 8

Habitue d'écoute/jour

Habitue d'écoute/jour	
Plus de quatre (4) heures/jour	5
Entre deux (2) et quatre (4) heures	54
Moins d'une (1) heure	41
N = 100	

TABLEAU 9

Information reçue

Lorsque j'ai fait mon choix d'études au Cégep, j'étais:	
Bien informé	18
Informé)	32
Ni bien/ni mal informé	34
Mal informé	10
Pas informé du tout	16
N = 100	

TABLEAU 10

Orientation /sexe

Orientation après le Cégep:	FEMME	HOMME	TOTAL
Baccalauréat	30	32	62
Maîtrise	13	14	28
Autres études	2	2	4
Travail	--	6	6
N = 100			

TABLEAU 11

Qui ou qu'est-ce qui a influencé votre choix d'études au Cégep?

Choix d'études	FEMME	HOMME	TOTAL
Parents	6	8	14
Professeurs	2	1	3
Orienteurs	6	5	11
Amis	3	6	9
Expérience personnelle	25	25	50
Dépliants	3	5	8
Journaux	--	2	2
Télévision	--	3	3
N = 100			

TABLEAU 12

Choix de carrière

Décision de carrière prise:	FEMME	HOMME	TOTAL
OUI	25	30	55
NON	20	25	45
N = 100			

TABLEAU 13

Qui ou qu'est-ce qui a influencé votre choix de carrière?

Choix de carrière:	FEMME	HOMME	TOTAL
Parents	4	9	13
Professeurs	1	1	2
Orienteurs	2	5	7
Amis	3	3	6
Expérience personnelle	26	27	53
Dépliants	6	2	8
Journaux	2	5	7
Télévision	1	3	4
N =	100		

TABLEAU 14

Programme d'études qui offre selon les étudiants les meilleures chances d'emploi:

Programme d'études:	FEMME	HOMME	TOTAL
Administration	1	6	7
Arts	2	2	4
Informatique	35	24	59
Mathématiques	1	6	7
Physique	--	5	5
Sciences de la santé	3	6	9
Technique	3	6	9
N = 100			

4.2 Analyse quantitative de l'évaluation du vidéo

Les résultats de l'évaluation analysés ici proviennent de deux sources principales: le questionnaire post-visionnement et la discussion de groupe. Il est important, au niveau de l'interprétation des résultats, de bien saisir les avantages et les limites de chaque source. Le questionnaire a l'avantage de fournir des données précises et comparables, de même que les réactions individuelles. Par contre, il oblige le sondé à choisir parmi les préférences qui ne tiennent pas toujours compte des nuances de sa pensée. Les questions ouvertes rapportent l'opinion des étudiants de manière plus détaillée. La discussion en groupe permet d'approfondir les opinions exprimées dans le questionnaire et explicite les réactions premières. La dynamique d'échange des groupes fait évoluer les opinions individuelles, de sorte que l'image du groupe est nécessairement différente de la somme des images individuelles. C'est pourquoi le questionnaire et la discussion doivent être vus comme des outils complémentaires, chacun permettant de voir une facette différente de la réalité.

Plus de 92% des participants disent aimer la formule "table-ronde" utilisée dans cette émission, tandis que 8% ne l'aiment pas.

Dans des proportions semblables, 90% répondent que c'est une formule adéquate pour présenter l'information scolaire tandis que 8% la trouvent inadéquate et 2% n'ont pas répondu à cette question. Par contre 89% croient que le sujet aurait aussi pu être traité différemment, 11% en sont incertains. Nous avons présenté cinq choix de formules possibles, 41% préfèrent le documentaire, 28% les témoignages, 22% l'interview, 3% la fiction, 3% le diaporama et 3% autre.

A la question sur le choix des invités, 69% des participants auraient aimé voir des experts et des étudiants en premier choix comme invités à la table-ronde, en deuxième choix, 50% préfèrent des étudiants et des jeunes travailleurs et en troisième choix, 33% désirent des experts seulement. Il se dégage de ces résultats que les étudiants préfèrent voir réuni en table-ronde des invités qui proviennent de plusieurs champs d'activités. Quant à la durée de l'émission, plus de 68% la trouve d'une bonne durée, 19% courte ou trop courte et 13% longue ou trop longue. L'interprétation des 19% qui trouvent l'émission courte et trop courte est difficile parce que l'on peut se douter du biais positif qui s'y glisse sûrement. En effet on a tendance à vouloir entendre parler davantage d'un sujet qui nous a intéressés. Il s'agit peut-être pour certains participants d'une forme de compliment déguisé.

Quelque 73% des participants disent avoir été très intéressés par le vidéo, 17% sont restés indifférents et 9% sont peu ou pas du tout intéressés. On dénombre 78% qui sont d'accord pour

qualifier ce vidéo de professionnel, 23% incertain et 9% sont en désaccord.

Environ 54% des participants qui ont visionné l'émission ont dit avoir été attentifs du début à la fin, 46% disent avoir perdu l'attention pendant le visionnement du vidéo. Presque tous ceux qui ont "décroché" à un moment quelconque ont dit que c'était vers le milieu de l'émission, vers la fin ou lors de l'allocution d'un des invités qu'il jugeait moins intéressante. Etant donné la situation "pseudo-experimentale" dans laquelle nous avons placé les participants, le degré de distraction ou de décrochage est évidemment plus faible qu'à la maison. On peut tout de même penser qu'ils auraient, à la maison, changé de poste au moment où leur intérêt a diminué.

Les données rapportées ci-dessus sont illustrées par les tableaux 15 à 23.

EVALUATION DU VIDEO

TABLEAU 15

Formule table-ronde

Question 1	--	Aime la formule table-ronde	
	OUI		NON
	92		8
N = 100			

TABLEAU 16

Formule adéquate?

Question 2 -- Formule adéquate pour présenter information			
	OUI	NON	PAS REPONDU
	90	8	2
N = 100			

TABLEAU 17

Invité à la table-ronde/préférence

Question 3 -- Invité à la table-ronde/préférence	Ordre de préférence				
	1	2	3	4	5
Experts & étudiants	69	14	8	4	5
Etudiants & travailleurs	22	50	18	8	2
Experts seulement	8	19	33	18	22
Etudiants seulement	2	2	21	33	42
Travailleurs seulement	2	11	24	34	29
N = 100					

TABLEAU 18

Formule de présentation

Question 4	--	Présentation différente possible
	OUI	NON
	89	11
N = 100		

TABLEAU 19

Formule de présentation/préférence

Question 4	--	Formule de présentation/préférence
	<u>FORMULE</u>	<u>PREFERENCE</u>
	Documentaire	41%
	Témoignage	28%
	Interview	22%
	Fiction	3%
	Diaporama	3%
	Autres	3%
N = 100		

TABLEAU 20

Durée du vidéo

Question 6	--	Durée du vidéo
Trop long		3
Long		10
D'une bonne durée		68
Court		17
Trop court		2
N = 100		

TABLEAU 21

Degré d'intérêt pour le vidéo

Question 10	--	Degré d'intérêt pour le vidéo
Très intéressé		33
Intéressé		40
Indifférent		18
Peu intéressé		8
Pas du tout intéressé		1
N = 100		

TABLEAU 22

Qualité technique du vidéo

Question 9	Qualité du vidéo Professionnelle
Bien d'accord	28
D'accord	50
Incertain	13
En désaccord	9
Très en désaccord	--
N = 100	

TABLEAU 23

Chute de l'intérêt durant le visionnement du vidéo

Question 7 --	Baisse d'intérêt durant le visionnement	
	OUI	NON
	46	54
N = 100		

4.3 Analyse qualitative des questions d'opinion

En réponse aux questions ouvertes et durant la discussion, nous avons recueilli une variété de commentaires des étudiants que nous résumerons dans cette section. L'idée qui a le plus intéressé les étudiants(es) dans un pourcentage de 19% est celle de la polyvalence émise par M. Desrosiers (tableau 24):

"...Refuser la spécialisation donc finalement rester polyvalent. Ou en tout cas considérer une spécialisation comme un champ spécifique et ne pas craindre d'en considérer d'autres et surtout des champs complémentaires..."

Les étudiants s'expriment en ces termes:

- L'énoncé de l'homme en communication qui disait qu'il ne fallait pas trop se spécialiser et s'attendre à avoir la même carrière pour le reste de ses jours.
- Celui de l'expert en communication, M. Desrosiers avec sa vision différente du nouveau marché du travail qui prend forme. De ne pas se borner à une spécialisation et d'être polyvalent.
- Penser en fonction d'une orientation permettant plusieurs débouchés.
- Le fait qu'il ne faut pas seulement s'en tenir à notre orientation, mais avoir d'autres débouchés.

Les énoncés statistiques ont le plus intéressé les étudiants(es) dans un pourcentage de 16%.

Les étudiants commentent ainsi:

- Les nouvelles statistiques dévoilant les concentrations les moins choisies par les filles.

ex: En Sciences pures, 1000 filles pour 3000 garçons

Les statistiques qui révèlent le fait qu'il y ait plus d'inscriptions féminines que masculines au Cégep m'a surpris énormément.

- M. de Passillé qui a donné des chiffres pris récemment sur le nombre de gars et de filles inscrits dans un domaine.

Pour 15% des étudiants, l'initiative dans la création de nos propres emplois retient leur intérêt:

- Quant Diane Tremblay dit qu'il faut foncer pour trouver de l'emploi. Il est vrai que ce n'est pas en se tournant les pouces qu'on s'en trouve.
- Celle de la diététicienne qui est de foncer, de ne pas attendre chez soi, de réagir, de lutter, d'offrir des services originaux et de ne pas avoir peur de demander un petit coup de pouce à quelqu'un.

L'orientation traditionnelle des filles obtient un pourcentage de 14%.

- Les filles choisissent encore des orientations et des carrières traditionnelles.
- Le fait de constater qu'il y a encore et même plusieurs filles qui suivent les traces qui étaient imposées par la société autrefois, malgré tous les changements technologiques que nous connaissons, aujourd'hui.

Les nouvelles technologies intéressent 13%:

- La technologie enlève des emplois dans un secteur pour en créer dans un autre. Les personnes qui perdent leur emploi ont rarement la possibilité de se recycler.

Les femmes dans les milieux scientifiques obtiennent 9%:

- Que les femmes scientifiques étaient très rares et que les modèles suggèrent un homme scientifique.
- Que les secteurs scientifiques sont dégarnis en fait de filles.
- Les femmes doivent s'intégrer dans la société et dans les domaines scientifiques.

Le choix de carrière a été commenté par 7%:

- Que le choix de notre carrière est fait trop tôt.

L'importance des études intéresse 6%:

- Celle de nous encourager à allonger nos études. i.e. étudier le plus qu'on peut.

Pas répondu à cette question 2%

TABLEAU 24

Dans les énoncés émis par les invités à l'émission, les idées qui ont le plus intéressées les étudiants sont résumées par ce tableau:

Polyvalence dans la formation	19
Statistiques	16
Initiative	15
Orientation traditionnelle des femmes	14
Nouvelles technologies	13
Femmes absentes dans le milieu scientifique	9
Choix de carrière fait trop jeune	7
L'importance des études	6
Pas répondu	2

	100%

Les étudiants ont donné des suggestions pour améliorer le programme sur cinq aspects (tableau 25)

Choix des invités

Plus de 35% expriment qu'on devrait avoir des étudiants participants à la table-ronde et/ou des conseillers d'orientation. On critique beaucoup leur absence à l'émission, on suggère même de prolonger la présente émission et de les y inclure sous forme d'interviewés.

Interview

On suggère un reportage avant la table-ronde avec des étudiants et/ou des travailleurs qui témoigneraient de leur expérience.

Une autre formule suggérée est d'entrecouper la table-ronde, d'interview des étudiants et/ou de travailleurs pour illustrer et rendre plus concrète l'information véhiculée durant l'échange des invités.

Le visuel

Dans tous les groupes on se plaint du manque de visuel. On souhaiterait davantage de graphiques, surtout pour illustrer les données statistiques.

L'animatrice

- Je changerais l'animatrice (6%). Elle coupe la parole aux invités et les empêche de s'exprimer.

- Changer l'animatrice.
- Nous rapporterons le détail des commentaires des participants quant à l'animation dans le tableau 26.

Moins de statistiques

2% suggère moins de statistiques

- Raconter des cas concrets plutôt que de fonctionner par statistiques
- Moins de statistiques

TABLEAU 25

Les suggestions que les étudiants ont formulées pour améliorer ce programme se résument ainsi:

Choix des invités (étudiants, orienteurs)	35
Interview	27
Plus de visuel	25
Changer l'animatrice	6
Moins de statistiques	2
Aucune	5

Voici quelques exemples de commentaires sur l'animatrice, tels qu'ils ont été formulés;

TABLEAU 26

POSITIF	NEGATIF
. Intervient au bon moment	. Coupe trop souvent la parole
. Bien animé	. Trop rigide
. Naturelle	. Manque de direction
. Sérieuse	. Trop familière
. Animatrice intéressante	. Pas assez présente
. Bon rythme	. Ne s'implique pas assez

Expressions descriptives

Nous avons cherché à voir comment les étudiants décriraient l'émission. Nous avons recueilli les expressions qu'ils utiliseraient pour la décrire à une personne qui ne l'a jamais vue. Voici les expressions les plus souvent utilisées:

- Survol intéressant.
- Emission informative.
- Emission sur l'orientation professionnelle des filles.
- Emission qui fait le point sur le choix d'orientation professionnelle des étudiantes et sur l'information qu'elles ont reçue.

Il semble donc y avoir concordance entre les objectifs de l'émission et la perception des participants à ce projet de recherche.

Animation

Les étudiants ont aussi donné leurs commentaires et leur appréciations sur l'animation de l'émission. 58% sont positifs, 40% sont négatifs et 2% n'ont pas répondu à cette question.

Pour résumer à grands traits, on peut dire que les étudiants sont partagés entre ceux qui trouvent l'animatrice bonne et les autres qui la critiquent.

TABLEAU 27

Les sujets que les étudiants aimeraient voir traiter dans de futures émissions d'information professionnelle sont les suivants:

Statistiques sur l'emploi (les débouchés pour le marché du travail)	42
Information sur les programmes en particulier	20
Témoignages et interview d'experts, de travailleurs (leur travail) et d'étudiants sur leur choix et leur orientation	17
Autres sujets: écologie, sexualité, désarmement, qualité de l'enseignement, relation professeur/ étudiant, l'orientation des femmes, la femme et la science, le recyclage pour les adultes	8
Information sur le réseau d'aide et d'information scolaire au Cégep et à l'Université	7
Présenter l'information pour les garçons et les filles	5
Pas répondu	1

	100%

4.4 Rétention

Les résultats du test de rétention ont été séparés en trois catégories pour en faciliter l'analyse:

1. Education - 2 questions, numéro 14-15
2. Economique - 5 questions, numéro 10- 11a, b, c,-12
3. Sociologique - 2 questions, numéro 8-9

Lorsque on fait l'analyse des résultats obtenus par les cinq groupes, on observe que les étudiants ont répondu correctement à 90% des questions de sociologie, à 67% des questions concernant l'économie et à 75% des questions d'éducation. (voir tableau 28)

Si l'on regarde les moyennes des scores obtenus dans les différentes catégories, ces moyennes sont très élevées. Nous croyons que ceci est dû au vif intérêt que les thèmes abordés dans le vidéo ont suscité chez les spectateurs.

TABLEAU 28

Résultats des réponses de Rétention

Pourcentage de bonnes réponses aux questions de rétention du questionnaire post-visionnement		
SECTEUR	QUESTION NO.	% DE BONNES REPONSES
Sociologie:	8	84
	9	66
Economie:	10	58
	11(a)	71
	11(b)	71
	11(c)	67
	12	66
Éducation:	14	91
	15	88
N = 98	Moyenne:	74%

4.5 Test Wilcoxon

Le test Wilcoxon a été sélectionné parce que les données analysées proviennent de cinq groupes d'une même population et que chaque sujet a été utilisé comme son propre contrôle. Nous cherchons à connaître l'attitude d'un étudiant avant et après l'intervention vidéo. Les mêmes questions d'attitude, envers la femme et le marché du travail, ont été posées dans les questionnaires " pré- et post-visionnement ". (voir tableau 32)

On observe que sur huit questions posées, ceux qui ont changé d'opinions sont plus nombreux que ceux qui n'ont pas changé.

C'est-à-dire que la différence observée est d'une magnitude qui n'est pas prévisible dans un échantillon représentatif de la population. On doit rejeter l'hypothèse comme étant nulle et conclure que le vidéo a un effet systématique sur l'attitude des spectatrices. On ne peut pas rejeter l'hypothèse "nulle" pour l'échantillonnage même. (tableaux 30-31)

TABLEAU 30

Attitude envers la femme et le marché du travail
/Sexe/Avant et après le visionnement du vidéo

QUESTIONS	SOURCE: WILCOXON			FEMMES	
	Noeuds	-Rang (no) Moyenne	+Rang (no) Moyenne	Z	Test Bilatéral
1	19	10.50 (2)	9.94 (17)	-2.978	0.003*
2	14	9.50 (6)	13.50 (18)	-2.657	0.008*
3	16	11.00 (7)	11.73 (15)	1.607	0.108
4	22	11.00 (2)	8.14 (14)	-2.379	0.017*
5	16	11.75 (8)	11.36 (14)	1.055	0.291
6	9	11.90 (10)	16.50 (19)	-2.130	0.033*
7	14	11.20 (11)	12.87 (15)	-2.307	0.013*
8	14	8.50 (9)	14.25 (14)	1.871	0.061

NOTE: N = 38
* p < 0.05

TABLEAU 31

Attitude envers la femme et le marché du travail
/Sexe/Avant et après le visionnement du vidéo

QUESTIONS	SOURCE: WILCOXON			HOMMES	
	Noeuds	-Rang (no) Moyenne	+Rang (no) Moyenne	Z	Test Bilatéral
1	15	7.50 (6)	13.59 (17)	2.829	0.005*
2	15	12.81 (8)	11.57 (15)	1.080	0.280
3	18	9.38 (12)	12.19 (8)	0.280	0.779
4	15	12.22 (9)	11.86 (14)	0.852	0.394
5	13	11.83 (9)	12.90 (15)	1.240	0.214
6	14	9.56 (19)	13.30 (4)	1.870	0.061
7	14	11.25 (13)	12.92 (6)	2.357	0.018*
8	14	10.94 (12)	12.57 (11)	1.536	0.125

NOTE: N = 45
* p < 0.05

TABLEAU 32

SOURCE: WILCOXON

Questions	Direction du changement	Enoncés
1	D --> A	Les études supérieures pour les femmes diminuent leurs chances d'avoir une vie de famille.
2	D --> A	L'éducation universitaire est importante pour gagner un revenu élevé.
4	D --> A	Les femmes ont tendance à choisir leur carrière en fonction de leurs intérêts plutôt qu'en fonction du salaire.
6	A --> D	Il est plus important pour les hommes de considérer le niveau du salaire comme critère dans leur choix d'emploi que pour les femmes.
7	D --> A	La majorité des femmes qui travaillent le font d'abord pour des raisons économiques.

Note: A = accord

B = désaccord

On constate que les changements d'attitude observés sont dans la même direction que l'idéologie véhiculée par le contenu du vidéo visionné.

4.6 Test "t" (information préalable/rétention)

Statistiquement (test "t"), la différence entre ceux qui ont reçu de l'information préalable au visionnement sur le contenu de l'émission et ceux qui n'en ont pas reçu, et leur rétention de l'information diffusée par le vidéo calculée par le questionnaire post-visionnement, ne sont pas significatives pour l'épreuve ($t = 1.69$ df .95), ce qui est supérieur à la valeur critique "t" établie au seuil de $\alpha = 0.05$. L'hypothèse "nulle" ne peut être rejetée; l'information préalable n'a pas d'effet sur la rétention.

TABLEAU 33

Sources	Moyenne	Estimation de la variance	Degrés de liberté	t	p
Groupe 1	6.73	2.21	95	1.69	0.09
Groupe P1	5.95	2.29			

NOTE: N = 97 I = informé
 p > 0.05 PI = pas informé

SPPS: (test "t"), groupes indépendants

4.7 Test "t" (formule de présentation/rétention)

Statistiquement (test "t"), la différence entre les participants qui ont aimé la formule de présentation "table-ronde", ceux qui ne l'ont pas aimée et leur performance au test de rétention calculée par le questionnaire post-visionnement ne sont pas significatives pour l'épreuve ($t = .71$ df .95), ce qui est inférieur à la valeur critique "t" établie au seuil de $\alpha = 0.05$. L'hypothèse "nulle" ne peut être rejetée; la formule de présentation n'a pas d'impact sur la rétention.

TABLEAU 34

Sources	Moyenne	Estimation de la variance	Degrés de liberté	t	p
Groupe A	6.48	2.26	95	0.71	0.48
Groupe NA	5.85	2.61			

NOTE: N = 97 A = aime le format
P > 0.05 NA = n'aime pas

SPSS: (test "t"), groupes indépendants

4.8 Discussion

Il se dégage de ces résultats que la majorité des spectateurs aiment la formule, le contenu et la durée de l'émission alors qu'une minorité dit rester sur son appétit et voudrait en savoir davantage sur le sujet. Dans tous les groupes on juge que le niveau de langage est clair et que l'information est accessible et près de leur vécu.

Cependant, dans tous les groupes, on se plaint du manque de visuel. On souhaite davantage de graphiques pour illustrer les statistiques sur les secteurs d'études, les programmes et les emplois.

Quant à la pertinence d'inviter des experts à la table-ronde, la majorité d'entre-eux considère que leur discussion amène des informations plus précises et augmente le degré de crédibilité à l'émission .

Par ailleurs ils souhaiteraient la présence d'étudiants ou de travailleurs pour exprimer leur point de vue et ils suggèrent de les interviewer avant la table-ronde. La présence d'un conseiller en orientation est aussi fortement suggérée. Les opinions sur le choix de l'animatrice sont très partagées. D'abord ceux qui la trouvent très bonne, puis ceux qui la critiquent sévèrement. Ces réactions (positives ou négatives) sont importantes car elles génèrent une prise de conscience du spectateur et l'incite à prendre position.

Voici un tableau qui résume les forces et les faiblesses de l'émission pilote qui a fait l'objet de cette recherche, telle qu'évaluée par les spectateurs:

FORCES	FAIBLESSES
Contenu et information diffusés	Absence d'interview de travailleurs
Niveau de langage accessible	Absence d'étudiants invités
Les commentaires émis par les invités ont soulevé beaucoup d'intérêt	Trop de statistiques
Les données statistiques	Trop abstraites
Le climat détendu	Trop statique
Le décor	Manque d'éléments visuels
La musique	
Animatrice professionnelle	Animatrice trop autoritaire

L'analyse des résultats nous révèle que les jeunes du Cégep se questionnent sur leur avenir, ils sont inquiets de leur chance de trouver un emploi après leurs études. Certains n'aiment pas qu'on leur parle de statistiques de l'emploi parce que c'est déprimant; tandis que d'autres en voudraient plus, exigent qu'on soit plus spécifiques: par exemple qu'on donne le nombre d'étudiants finissants qui se sont trouvé de l'emploi cette année, quel genre d'emplois et quels salaires etc.

L'auteur a pu constater durant ses rencontres avec les étudiants que la question de l'orientation professionnelle est un point sensible et une préoccupation très présente dans leur vie. Ils se sont tous sentis concernés par le sujet et l'émission a provoqué une discussion animée, dans chacun des groupes.

Chapitre 5

Conclusion

5.1 Résumé

Cette expérience avait pour but de diffuser l'information aux étudiantes et de les sensibiliser aux réalités du monde du travail.

Il importe de mentionner que les résultats que nous avons obtenus ne peuvent être généralisés à d'autres contextes que celui de notre expérimentation. Malgré ces limites, les résultats de cette étude nous permettent d'apporter certaines conclusions que voici:

L'hypothèse de départ était que le visionnement du vidéo amènerait un changement positif d'attitude du spectateur envers la femme et le marché du travail. L'analyse nous a révélé des résultats significatifs pour l'échantillonnage féminin. On a observé un changement d'attitude des spectatrices envers le marché du travail dans une direction plus conforme à la réalité.

Nous n'avons pu établir de relation significative entre l'information préalable et la rétention de même qu'entre l'appréciation de la formule de présentation et la rétention; les hypothèses 2 et 3 ne sont donc pas vérifiées. Un des facteurs qui a pu jouer un certain rôle est le test de rétention. En effet, ce test était peut-être trop facile et l'on observe "the selling effect" dans ce dernier.

Comme les résultats de l'expérience le démontre, l'utilisation du vidéo pour diffuser l'information professionnelle chez les étudiantes du Cégep est un moyen pédagogique efficace. Les résultats du test de rétention nous ont confirmé que l'information a été assimilée par la majorité des participants et l'on observe un gain d'information. Cependant on ne peut pas conclure que le gain d'information observé a amené le changement d'attitude observé à cause des variables incontrôlées dans cette expérience.

5.2 Conclusion

La principale conclusion qui se dégage de l'évaluation de ce vidéo est que "Magazine, -- Impacts Technologiques" réussit à transmettre la majeure partie de son contenu informatif. Nous avons obtenu des résultats de rétention avec un pourcentage très élevé de bonnes réponses.

L'évaluation du vidéo nous a confirmé que les attitudes des spectateurs, face à la réalisation d'une série étaient positives. Ces derniers étaient réceptifs à ce projet. Suite à ces résultats, la décision de la produire a été prise. Les suggestions pour la réalisation des autres émissions de la série ont été basées sur l'analyse des forces et des faiblesses de l'émission-pilote telle qu'évaluée par les spectateurs.

Suite à cette recherche, le service régional d'admission métropolitain (SRAM) nous a commandé quatre émissions d'information. La production de cette série a permis à la réalisatrice de mettre en pratique les améliorations prescrites par les résultats de cette recherche formative. Le public-cible de ce nouveau projet est le même que dans cette recherche soit les étudiants du niveau collégial. Les animateurs choisis pour la série sont des étudiants. Le tournage a eu lieu sur des sites de travail. Ils y ont interviewé des travailleurs sur les divers aspects de leur emploi. Chaque émission est consacrée à un seul thème à la fois et se rapporte à une occupation en particulier: Bureautique, Robotique, Micro-ordinateur, Bio-technologie.

Les émissions ont été mises sur le marché et diffusées dans les Cégeps de la région Métropolitaine par le SRAM à l'automne 1983, accompagnées d'un guide pour l'utilisateur.

Nous refermons donc ici la boucle du modèle de Dupont par la mise en marché des émissions produites.

5.3 Recommandations pour futures recherches

A la lumière des données de l'évaluation du vidéo, il serait intéressant de faire d'autres recherches sur l'utilisation du questionnaire de rétroaction (sur les impressions et l'attitude du public-cible).

Dans ce projet de recherche, les étudiants ont répondu au questionnaire de rétroaction après le visionnement du vidéo. Il serait intéressant de voir si la qualité de cette information pourrait être accrue, par exemple en demandant aux étudiants de répondre au questionnaire pendant le visionnement du vidéo. On éliminerait ainsi le problème de la rétention.

Notre projet s'adressait à une population du niveau collégial, d'une région déterminée. Nous suggérons de faire d'autres études utilisant des populations différentes.

Nous recommandons d'effectuer des études sur les modèles de socialisation féminins et d'examiner l'impact des images que transmet la télévision sur la femme et sur leurs attitudes à l'égard des carrières non traditionnelles.

Le conseil des sciences du Canada suggère, dans le dossier: Qui fait tourner la roue (1982), "Le moment est peut-être venu d'utiliser efficacement les exemples de modèles de socialisation féminins dans les programmes de sensibilisation aux diverses carrières des services d'orientation. Dans le passé, la rareté de ces modèles féminins dans les carrières scientifiques et techniques limitait strictement ces programmes."

Notre expérience nous a convaincus de la force du facteur d'identification. Les étudiantes qui ont visionné l'émission ont endossé les opinions émises par les invités auxquels elles se sont identifiées le plus. Les futures recherches devraient aller dans cette direction afin de répondre au besoin d'information professionnelle des étudiantes du niveau collégial.

Nous croyons que c'est en présentant de l'information, illustrer de façon concrète, qu'on pourra aider les étudiantes à briser les préjugés et les encourager à faire de nouveaux choix. C'est en leur présentant des modèles de vie de femmes qui travaillent dans des emplois non-traditionnels que l'on parviendra à leur donner une vision plus réaliste du monde actuel.

BIBLIOGRAPHIE

Anderson, R.H. Selecting and Developing media for Instruction, N.Y., Van Nostrand Reinhold, 1976.

Armstrong, P. et Armstrong H., The Double Ghetto: Canadian Women and their segregated work: Mc Weeland and Stewart, 1978.

Biggers, Julian L., The use of information in vocational decision-making, Vocational Guidance Quarterly, 19, 1979.

Bouchard, André E. La recherche formative en télévision un outil au service de l'excellence en production, Communication présenté au colloque sur la recherche québécoise sur la télévision, Dorion, sept. 1979.

Boucher, F. (1978). La place des filles au Collège Nord-Ouest. Les cahiers du département d'histoire et de géographie de l'Abitibi-Témiscamingue, 4, 176-189.

Coldevin, G., Experimental Research in Television Message Design: Implications for ETV. Programmes learning and Educational Technology, 18 (2), may 1981, 86-99.

Coldevin, G. , Factors in ETV presenter selection: effects of stereotyping. British Journal of Educational Technology, 8, 1977, 45-53.

Conseil consultatif canadien de la femme, Microtechnologie et emploi: Questions d'importance pour les femmes, juillet 1982, publication gratuite.

Conseil du Statut de la femme, Pour les québécoises; égalité et indépendance, Québec, Editeur officiel, 1978.

De Pauw, K. et Heft, R., A system Approach to training women for Non-traditional occupation, NSPI, Journal, Sept. 1980, 16-17.

Dunningan, L., L'orientation des filles en milieu scolaire, novembre 1977, publication gratuite, C.S.F.

Dupont, Daniel, Etude Comparative de deux façons de recueillir les informations dans le cadre d'une évaluation L.V.R. d'un document audio-visuel. Mémoire de maîtrise ès arts, Université de Montréal, 1977. Rapport Geerdave No. 4, 1977.

Fahmy - Pomerleau, Pauline, Et l'orientation des filles? , Perspectives, décembre 1981, 179-184.

Fahmy - Pomerleau, Pauline, Aspirations prédominantes et aspirations professionnelles des adolescentes du Québec, L'orientation professionnelle, 8 (4), Hiver 1972.

Gagné, R.M. The Condition of learning. N.Y.: Holt, Rinehart & Windston, 1964.

Glaze A.; Ellis P. "Ontario Girls' Career Aspirations and Expectations", Orbit, 11 (3), June 1980, 19-22.

Greer, Germaine (1970). La femme Eunuque, London, MacGibbon & Kee.

Hawkes, Anna L.R., Factors Affecting College Attendance, in Opal D. David 'éd.S, The Education of Women, signs for the future, American Council on Education, Washington, Dec., 1969, 29-37.

Hollis, Joseph; Hollis, Lucille (1969). Personalizing Information Processes: Educational Occupational and Personal-Social. MacMillan Co.

Insko, C. Theories of Attitude Change, N.Y., Appleton-Century Crofts, U.S.A., 1962.

Jepsen, D.A. The Impact of Videotaped Occupational Field Trips on Occupational Knowledge. Vocational Guidance Quarterly. 1972, 21, 54-62.

Kiesler, C.A.; Collins, B.E.; Miller, N. Attitude Change, a Critical Analysis of Theoretical Approaches. N.Y.: John Wiley & Sons, 1969.

Komoski, K.P. An imbalance of product quantity and instructional quality. The imperative of empiricism. Audio Visual Communication Review, 4, 1974, 357-386.

McGuire, W.J. Cognitive consistency and attitude change. Journal of Abnormal Social Psychology, 1960, 60, 345-353.

Mager, Robert F., Preparing Instructional Objectives, Fearson publishers, California, U.S.A., 1962.

Mahoney, Diane (1978). Les stéréotypes sexuels, le concept de soi et l'estime de soi chez les étudiants québécois. Thèse de maîtrise inédite, Université de Montréal.

Menzies, H., Women and the Chip: Case Studies on the Effects of Informatics and Employment in Canada, Institut de recherches politiques, Montréal, 1981.

O'Hara, R. (1971) Guidance for Career Development in Cook D. Guidance for Education in Revolution. Allyn and Bacon.

Ouellet, A. Processus de Recherche. Une approche systémique, André Ouellet, Presses de l'Université du Québec, 1981.

Open University of Great Britain. Second submission of the Open University to the Committee on the Future of Broadcasting. Milton Keynes, England, april, 1975

Psathas, G. (1968), Toward a theory of Occupational Choice for Women. Sociology and Social Research, 52 (2), 253-268.

Qui fait tourner la roue? Conseil des sciences du Canada, 1982.

Rebnick, H.S. et Smith D.M., Career Awareness: They're never too young to start, Audio-visual Instruction, 24, Feb. 1979, 41-43.

Salomon, G. Interaction of Media, cognition, and learning. San Francisco, California, Jossey-Basz Inc., 1979.

Sayer, L., et Ellis, D., Increasing the Career Awareness of Grade 9 Girls, Conférence annuelle de l'Ontario Education Research Council, Toronto, novembre, 1980.

Schramm, W. Big media, little media. Beverly Hills, California: Sage, 1977.

Schramm, W. What the Research Says; Quality in Instructional Television, W. Schramm ed., the University of Hawaii Press, 1972.

Scriven, M., The Methodology of Evaluation, Aera monograph series on curriculum evaluation, 1967.

Siegel, Sidney. Nonparametric Statistics: for the behavioral sciences, International student edition, Japan, 1956.

Sive, Mary Robinson. A Brief Guide to Media Selection. Educational Technology, mars 1979, 59-60.

Sullerot, E., Le fait féminin, Paris, Payot 1978.

Tuckman, B.W., Conducting Educational Research, N.Y.: Harcourt, Brace & Jovanovitch, 1972.

ANNEXE A

INSTRUMENT I

A1

PROTOCOLE DE RECHERCHE (ORAL)

(Pourrais-je avoir votre attention s'il-vous-plait)

Bonjour! Mon nom est _____ . Je suis de l'Université Concordia où nous faisons présentement une recherche sur l'éducation: les plans de carrière et les nouvelles technologies.

Nous avons un questionnaire que nous aimerions que vous complétiez. Si vous avez des problèmes relativement au questionnaire, j'y apporterai des solutions individuelles. Pour plus d'informations concernant ce projet de recherche, il me fera plaisir d'y répondre à la fin de la période.

La recherche comprend deux étapes. Cette semaine le questionnaire et dans une semaine on vous présentera un vidéo sur le thème de l'orientation et on vous demandera de l'évaluer.

Pour préserver l'anonymat, écrire un sigle sur le questionnaire, gardez-le en mémoire pour nous permettre de jumeler les deux questionnaires.

Si vous avez des points d'interrogation en parcourant le questionnaire n'hésitez pas à me consulter. J'y répondrai individuellement.

(Dès que le questionnaire sera complété, remercier les participants.)

A.2 Note aux usagers

Nous aimerions avoir votre participation pour cette recherche qui examine les relations entre l'éducation, les plans de carrière et les intérêts économiques. Votre identification n'est pas requise pour cette recherche. Veuillez lire attentivement les questions qui suivent et veuillez répondre au meilleur de votre connaissance. N'hésitez pas à poser des questions.

NOUS VOUS REMERCIONS SINCÈREMENT POUR LE TEMPS QUE VOUS AVEZ CONSACRÉ À CETTE RECHERCHE ET POUR L'EXCELLENTE COLLABORATION QUE VOUS Y AVEZ APPORTÉE.

A.3. Questionnaire

DEMOGRAPHIQUE

1. Sexe: Masculin 1 Féminin 2
2. Age: _____
3. Etudiant(e) à temps plein 1
Etudiant(e) à temps partiel 2
4. Dans quel département ou faculté êtes-vous inscrit(e)?
(Cochez une boîte seulement)
- | | |
|---------------------------|---|
| Arts et Lettres | 1 |
| Sciences | 2 |
| Commerce & Administration | 3 |
| Génie | 4 |
| Arts Plastiques | 5 |
| Autre (décrire) _____ | |
5. Quel est votre majeure ou votre spécialité dans le programme que vous avez choisi? (décrire) _____
6. En quelle année de Cégep êtes-vous inscrit(e) cette année?
- | | | | |
|----------------|---|-----------------|---|
| Première année | 1 | Troisième année | 3 |
| Deuxième année | 2 | | |
7. Statut civil:
- | | |
|---------------------------|---|
| a) célibataire | 1 |
| b) marié(e) | 2 |
| c) vit avec conjoint | 3 |
| d) séparé (e), divorcé(e) | 4 |
| e) autre (décrire) _____ | |
8. a) Est-ce que vous travaillez présentement? oui non
1 2
- b) Si vous travaillez, êtes-vous à:
- | | |
|---------------|---|
| temps plein | 1 |
| temps partiel | 2 |

Milieu familial:

9. Quel est le dernier niveau de scolarité complété par vos parents?

	Mère	Père
Niveau primaire	1	1
Niveau secondaire complété	2	2
Niveau secondaire complété	2	2
Niveau universitaire complété	3	3
Je ne sais pas	4	4

10. Quelle est (était) l'occupation de votre père? _____

11. Quelle est (était) l'occupation de votre mère? _____

12. Est-ce que vous savez quelle sera votre principale occupation sur le marché du travail? oui 1 non 2

13. Si oui, à la question 12, quelle occupation projetez-vous occuper? _____

14. Qui (ou qu'est-ce qui) vous a le plus influencé à décider de votre choix d'études? (cochez SEULEMENT une boîte)

Parents/époux(se)	1
Professeurs	2
Conseillers d'orientation	3
Amis(es)	4
Expériences personnelles	5
Dépliants d'information scolaire	6
Journaux et magazines	7
Programmes de télévision	8

15. Qui (ou qu'est-ce qui) vous a le plus influencé à décider de votre occupation? (cochez SEULEMENT une boîte)

Parents/époux(se)	1
Professeurs	2
Conseillers d'orientation	3
Amis(es)	4
Expériences personnelles	5
Dépliants d'information scolaire	6
Journaux et magazines	7
Programmes de télévision	8

16. Parmi les départements ou facultés énumérés ci-dessous, lequel est généralement considéré par les étudiants comme offrant les meilleures chances d'emploi? (cochez UNE boîte SEULEMENT)

Sciences Humaines (ex. langue, histoire)	1
Sciences de la santé	2
Sciences sociales	3
Physique	4
Chimie	5
Informatique	6
Education	7
Commerce et Administration	8
Génie (polytechnique)	9
Mathématiques	10
Droit	11
Arts plastiques	12

17. Indiquez votre degré d'approbation pour chaque énoncé qui suit en encerclant votre opinion pour chacun d'eux.

1. Les études supérieures pour les femmes diminuent leurs chances d'avoir une vie de famille.	1	2	3	4	5
2. L'éducation universitaire est importante pour gagner un revenu élevé.	1	2	3	4	5
3. L'éducation universitaire donne aux hommes et aux femmes une chance égale sur le marché du travail.	1	2	3	4	5
4. Les femmes ont tendance à choisir leur carrière en fonction de leurs intérêts plutôt qu'en fonction du salaire.	1	2	3	4	5
5. La vie familiale est plus importante pour les femmes que leur emploi.	1	2	3	4	5
6. Il est plus important pour les hommes de considérer le niveau du salaire comme critère dans leur choix d'emploi que pour les femmes.	1	2	3	4	5
7. La majorité des femmes qui travaillent le font d'abord pour des raisons économiques.	1	2	3	4	5

8. L'échelle de salaire du partenaire est plus importante pour la femme que pour l'homme. 1 2 3 4 5

18. Est-ce que vous projetez de faire des études supérieures?

oui 1
non 2
Je ne sais pas 3
autres études 4

19. Si oui: Maîtrise oui 1
non 2

20. Dans quel département ou faculté? _____

21. Si oui: Doctorat oui 1
non 2

22. Dans quel département ou faculté? _____

23. Avez-vous déjà reçu des informations sur la condition des femmes sur le marché du travail? oui 1
non 2

24. Pourquoi avez-vous choisi le programme d'études dans lequel vous étudiez présentement? Évaluez de 1 à 5 selon l'échelle ci-dessous l'importance de chacun de ces énoncés sur votre présent choix d'études.

1. Parce qu'il offre la formation pour un travail spécifique 1 2 3 4 5

2. Parce qu'il conduit à d'autres études après la graduation 1 2 3 4 5

3. Parce qu'il me permettra d'obtenir un travail avec relevé élevé 1 2 3 4 5

4. Par intérêt 1 2 3 4 5

5. Parce que mon programme d'études au Cegep a limité mon choix d'études 1 2 3 4 5

6. Parce qu'il est plus susceptible de m'assurer l'autonomie financière tout au long de ma vie 1 2 3 4 5

Merci de ta collaboration!

ANNEXE B

INSTRUMENT II

PROTOCOLE DE RECHERCHE

Cette semaine vous visionnerez un vidéo ayant pour titre "impact technologique". Cette émission dure environ trente minutes.

Après le visionnement, je vous demanderai de répondre à un court questionnaire pour donner votre appréciation de l'émission.

Il vous faut marquer sur le questionnaire le même sigle qui vous identifiait la semaine dernière afin de jumeler les deux questionnaires.

Il est important que vous répondiez à toutes les questions. Si vous avez des problèmes, levez la main, j'y apporterai une solution individuelle.

Nous aurons à la fin de la période une discussion de groupe pour un échange d'opinion.

B.2 Questionnaire

Sigle: _____

1. Sexe: Masculin 1 Féminin 2

2. Age: _____

3. Programme d'études actuel: _____

4. Avez-vous déjà reçu des informations sur le sujet traité dans l'émission que vous venez de visionner?

oui 1
non 2

5. Enumère tous les "sujets" (opinions) qui ont été abordés au cours de l'émission que tu viens de voir. Indique tout ce dont que peux te rappeler. (Ne t'en fais pas si tu as oublié certaines choses, c'est normal.)

(si tu manques d'espace, écris au verso.)

6. Dans les énoncés émis par nos invités (es), quelle idée t'a le plus intéressée ?

7. Dans les énoncés émis par nos invités (es), quelle idée t'a le moins intéressé (e)?

8. Un des invités, M. De Passille (assis à côté de l'animatrice) associe le choix d'orientation des filles à des choix traditionnels. Indique les trois stéréotypes dans lesquels il les situe?
- a) administrer
 - b) aider
 - c) produire
 - d) soigner
 - e) éduquer
9. Mme Lamarre, sociologue, attribue la difficulté du choix des filles non seulement au manque d'information mais à un malaise plus profond. Quel est ce malaise? (coche une seule réponse.)
- a) la société
 - b) l'éducation familiale
 - c) le système scolaire
 - d) les jeux d'enfants
 - e) aucune de ces réponses
10. D'après M. De Passillé, quel(s) secteur(s) se prive(nt) de la moitié des intelligences de la société (la main-d'oeuvre féminine)?
- a) le secteur primaire
 - b) le secteur secondaire
 - c) le secteur tertiaire
 - d) les secteurs de pointe
11. A quel secteur correspond chacune de ces trois professions?
- Agriculteur - ingénieur - secrétaire
- 1- au secteur de pointe: _____
 - 2- au secteur primaire: _____
 - 3- au secteur tertiaire: _____
12. D'après Mme Lamarre quel secteur est présentement le plus touché par les changements technologiques (en termes de perte d'emploi)?
- a) secteur primaire
 - b) secteur secondaire
 - c) secteur tertiaire
 - d) secteur de pointe

13. Au cours de l'émission M. De Passillé a énoncé des statistiques sur la population étudiante. Enumère les chiffres que tu as retenus.

14. Comment M. Desrosiers a-t-il qualifié l'information donnée aux étudiants?

- a) complète
- b) incomplète
- c) fragmentaire
- d) désuète

15. Selon M. De Passillé il y a un domaine de l'éducation qui n'est pas marqué par la tradition au niveau des choix. Lequel?

- a) la santé
- b) l'administration
- c) l'informatique
- d) l'environnement

16. Quelle expression utiliserais-tu pour décrire l'émission à une personne qui ne l'a jamais vue?

17. Indiquez votre degré d'approbation pour chaque énoncé qui suit en encerclant votre opinion pour chacun d'eux.

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Les études supérieures pour les femmes diminuent leurs chances d'avoir une vie de famille. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. L'éducation universitaire est importante pour gagner un revenu élevé. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. L'éducation universitaire donne aux hommes et aux femmes une chance égale sur le marché du travail. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Les femmes ont tendance à choisir leur carrière en fonction de leurs intérêts plutôt qu'en fonction du salaire. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 5. La vie familiale est plus importante pour les femmes que leur emploi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Il est plus important pour les hommes de considérer le niveau du salaire comme critère dans leur choix d'emploi que pour les femmes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. La majorité des femmes qui travaillent le font d'abord pour des raisons économiques. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. L'échelle de salaire du partenaire est plus importante pour la femme que pour l'homme. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Nous voulons connaître ton avis sur le format de l'émission.

1. As-tu le format table-ronde utilisé dans cette émission?

oui 1
non 2

2. Crois-tu que le format "table-ronde" est adéquat pour présenter l'information scolaire?

oui 1
non 2

3. Dans le cadre d'une table-ronde aurais-tu aimé voir:

experts seulement	1
experts et étudiants	2
étudiants seulement	3
jeunes travailleurs seulement	4
étudiants et jeunes travailleurs	5

Indique de 1 à 5 ton rang de préférence.

4. Le sujet aurait-il pu être traité différemment?

oui 1
non 2

Si oui, lequel préfères-tu (coche une case seulement)?

interview	1
témoignage	2
diaporama	3
documentaire	4
fiction	5
autres (précisé) _____	

5. Je regarde la télévision:

moins d'une heure par jour	1
plus de deux heures par jour	2
entre deux et quatre heures par jour	3
entre quatre et six heures par jour	4
plus de six heures par jour	5

6. Ce programme est: (coche une case seulement)

<u>Trop long</u>	<u>Long</u>	<u>D'une bonne durée</u>	<u>Court</u>	<u>Trop court</u>
1	2	3	4	5

7. Y a-t-il eu un moment durant l'émission où tu as perdu l'intérêt ou cessé d'écouter?

oui 1
non 2

Si oui, à quel moment? _____

8. Donne tes commentaires et appréciation sur l'animation de l'émission?

9. Cette émission est de qualité professionnelle.

Bien d'accord

Incertain-

Très en
désaccord

1

2

3

4

5

10. Est-ce que ce programme vous a intéressé(e)?

Pas intéressé(e)

Indifférent(e)

Intéressé(e)

1

2

3

4

5

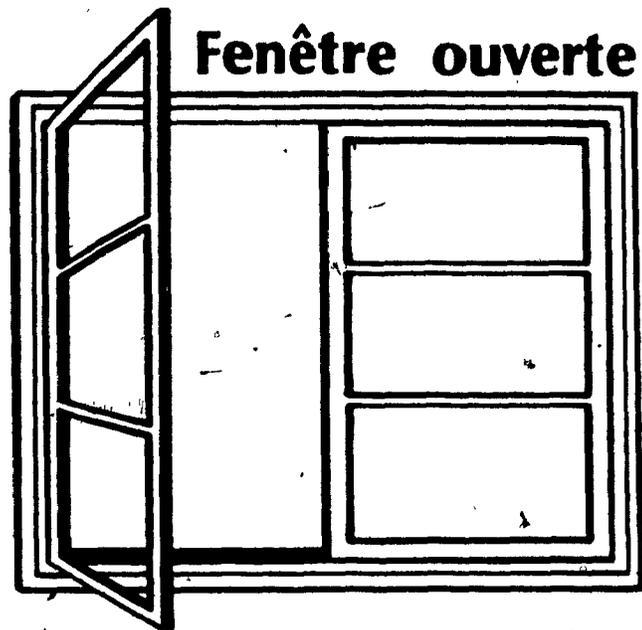
11. Quels sujets aimerais-tu voir traiter dans de futures émissions d'information scolaire?

12. Si tu avais à faire une suggestion pour améliorer ce programme quelle serait-elle?

Merci pour ta participation!

ANNEXE C

GUIDE DE L'UTILISATEUR



**La femme
et
le marché du travail**

**Stratégie de présentation de la série
"Magazine - Impacts technologiques"**



Guide de l'utilisateur

Objectif général

Informier et sensibiliser les étudiantes aux difficultés du choix de carrière.

Objectif spécifique

Amener les étudiantes à réfléchir sur leur choix de carrière spécialement si c'est un domaine contingenté et les inciter à s'informer davantage.

Consignes générales

Trois étapes sont suggérées à la rencontre dont la première est la prise de contact avec le phénomène, la deuxième le visionnement du vidéo suivi d'une troisième étape la discussion avec les étudiantes. Une ou plusieurs rencontres sont recommandées selon le temps disponible et le degré de motivation du groupe.

Guide d'animation

Étapes

Démarches

Consignes

I Présentation de groupe

Tour de table motivation individuelle

Encourager l'étudiante à exprimer ses idées

II Visionnement du vidéo et exploration du matériel

Suggérer sources d'information à consulter: vidéo, dépliants, journaux, etc.

Encourager l'étudiante à adopter des conduites d'exploration

III Réactions au vidéo-discussion

Tour de table, réaction, impressions, opinions des étudiantes
 -Discussion
 -Synthèse faite par l'animateur

Amener une perception réaliste du monde du travail responsabilité de l'étudiante dans sa démarche et ses choix.

Suggestions

Thèmes à explorer après le visionnement

Consignes: À partir des énoncés qui suivent extraits du vidéo, poser les questions sur ces thèmes et animer la discussion de groupe.

Polyvalence

" Le monde du travail exige des jeunes d'aujourd'hui plus d'adaptabilité et de mobilité. La sécurité viendra de la mobilité."

" Refuser la spécialisation donc finalement rester polyvalent."

Statistiques:

" Les données statistiques récentes dévoilent les concentration les moins choisies par les filles ex: sciences pures, 1000 filles pour 3000 garçons."

Technologie

" La technologie enlève des emplois dans un secteur pour en créer dans un autre..."

Les femmes et la science

" Les femmes sont rares dans le milieu scientifique et les modèles suggèrent un homme de science."

L'initiative

" Tu veux un job ? Tu te le crées ! "

Lectures recommandées

Qui fait tourner la roue ?
Conseil des Sciences du Canada
Janvier 1982

Pour les femmes égalité et
indépendance.
Conseil du statut de la femme
1978

Éducation au choix de carrière
Aide didactique
Édition septembre
1985

Women and the Chip
Heather Menzies
L'Institut de recherches politiques
1982

Le fait féminin
Evelyne Sullerot
Fayard
1978

Producteur
Université Concordia

Réalisateur
Paule R. Fortier

Directeur technique
Joost Davidson

Aiguilleur
Shannon Green Baum

Assistante à la production
Susan Winsor

Effet sonore
Frank Antonson

Cameraman
Perouska Mihalka
Richard Mortimer
Steven Skitt

Générique
Dominique Poupart

Recherchiste
Marie-Josée Brossard

Vidéocouleur 3/4"
Durée : 28 min.45

Université Concordia
1455 de Maisonneuve, ouest
Montréal, Québec

Imprimé au Québec

ANNEXE D
BUDGET DE PRODUCTION

D1 - BUDGET DE PRODUCTION ET INSTRUMENTS D'EVALUATION

- vidéo tape 3/4"	120,00 \$
- graphiques	50,00 \$
- matériel graphique	20,00 \$
- bande sonore	30,00 \$
- droits de musique	100,00 \$
- document d'accompagnement	75,00 \$
- questionnaires	75,00 \$
	=====
	470,00 \$

Location décor

Gracieuseté Import
Bazar

Location du studio d'enregistrement

Gratuité de Concordia

Table de montage

Studio d'enregistrement sonore

Equipe technique : bénévolat de collègues d'université

Animatrice et invités : participation non rémunérée à l'émission.

Si nous évaluons les coûts réels, cette émission coûterait plus de 12,000 \$ à produire en studio privé.

ANNEXE E
SYNOPSIS DES QUESTIONS D'OPINION

COMMENTAIRES DES ETUDIANTS

Quels sujets aimerais-tu voir traiter dans de futures émissions d'information scolaire?

Statistiques sur l'emploi sous différents programmes et niveaux d'études.

Parler des différentes options comme par exemple choisir deux options pour une émission, soit sciences humaines et secrétariat, et donner davantage de renseignements sur ces options. Nous parler des débouchés sur le marché du travail, des avantages et désavantages de ces choix.

Des nouveaux programmes de l'avenir ex: la Robotique sujet dont l'on entend parler mais sur lequel on ne connaît pas grand chose.

Des débouchés possibles, dans différents programmes d'étude, des interviews avec des personnes de domaines différents, l'attrait qu'ils ont pour leur profession, les salaires, le pourcentage de placement après les études etc.

Interroger des filles et des garçons sur ce qui les pousse à une telle orientation.

Un ingénieur, qu'est-ce que c'est?

Discussion entre gens qualifiés pour expliquer les secteurs de pointe.

Statistiques hommes/femmes dans les professions non-conventionnelles, documentaire-témoignage des gens qui parlent de leur travail et de leurs démarches à partir des études qu'ils ont faites jusqu'au marché du travail.

Pourquoi les filles ne s'engagent-elles pas beaucoup dans les domaines scientifiques? Témoignages de femmes actives, leurs besoins. Pourquoi elles ont fait ce choix?

ANNEXE F
SYPNOPSIS DU VIDEO

F.1 Découpage Technique Préliminaire

Sujet
**Impact de la Technologie sur le travail
Des femmes**

Participants:	Animatrice	Claire Lamarche
	Secrétaire général SCRAM	Pierre De Passillé
	Diététicienne	Diane Tremblay
	Etudiante maîtrise Sociologie UQAM	Isabelle Lamarre
	Conseiller en communication	Michel Desrosiers

Réalisatrice: **Paule Fortier**
Technologie éducative

Université Concordia: **Hall Building**

Enregistrement: **18 février 1983**

Heure: **14:30**

Endroit: **Studio A**

Téléphone: **879-5959**

Animatrice:

Nous avons réuni en studio des professionnels de l'éducation et du travail pour nous apporter plusieurs points de vue sur les impacts des changements technologiques sur les femmes. Ici, Claire Lamarche

Voici tout d'abord, Pierre De Passillé secrétaire général au SRAM (Service Régional d'Admission Métropolitain)

Diane Tremblay, diététicienne

Isabelle Lamarre, étudiante de maîtrise en sociologie à l'Université du Québec à Montréal et Michel Desrosiers, conseiller en communication.

En ce moment 60% des femmes qui travaillent au Canada sont mariées et âgées de 20 à 45 ans. On prévoit que ces femmes vont rester 40 ans sur le marché du travail. Il est certain qu'il y aura des ouvertures pour nos futures diplômées et des postes à combler mais à la condition d'avoir le bon diplôme...

Est-ce que notre conception du travail est demeurée trop traditionnelle?

On sait que les emplois de bureau comme

on les connaît aujourd'hui sont appelés à disparaître avec l'entrée des micro-ordinateurs dans les bureaux.

Animatrice:

Est-ce que les jeunes femmes sont au courant des changements technologiques?

Pierre De Passillé qu'est-ce que vous en pensez?

Vous pouvez nous donner un aperçu de votre clientèle au Cégep. Est-ce qu'il y a des orientations gagnantes ou plutôt des orientations plus populaires que d'autres?

Pierre De Passillé:

Statistique du pourcentage d'inscriptions et d'admissions par sexe. Problème de sélection=

Excellent dossier scolaire

Rareté des options par région Ex.:

pilotage, hygiène dentaire. Peu de diplômés= moins de chômage?

(Les thèmes mentionnés ci-dessus ne sont que des pistes de suggestions, vous pouvez bien sûr répondre à ces questions en commençant par donner votre opinion.

Cette première intervention Avant le débat
ne dure qu'une minute)

Animatrice:

Diane Tremblay, d'après vous?

Est-ce que les jeunes femmes sont au
courant des changements technologiques?

Diane Tremblay:

Formation appropriée importante mais aussi
aborder notion de polyvalence dans les
emplois, connaissances dans plusieurs
domaines bonnes à acquérir.

Mobilité dans le travail, dans le futur on
aura peut-être à occuper plus d'un emploi,
dont certains n'existent pas
aujourd'hui...

(Cette première intervention avant le
débat ne dure qu'une minute)..)

Animatrice:

Isabelle Lamarre quelle est votre opinion sur cette question: Est-ce que les jeunes femmes sont au courant des changements technologiques?

Isabelle Lamarre:

Mon opinion sur cette question est
Aborder problème et barrière à surmonter pour les femmes sur marché du travail (Famille-carrière) importance d'éveiller conscience de l'importance entre indépendance économique et autonomie dans choix d'occupation économique et autonomie dans choix d'occupation bien rémunéré
Chance égale sur le marché du travail
Importance de faire les bons choix (Les thèmes énumérés ci-dessus ne sont que des suggestions. Cette intervention dure une minute).

Animatrice:

Monsieur Desrosiers, votre point de vue sur cette question?

Michel Desrosiers:

Mon opinion

On parle ici d'information mais on n'a pas mentionné la nature de données nécessaires dans le choix d'une occupation de nos jours

Exigences des employeurs

Conditions de travail

Débouchés - la demande

La personnalité et les intérêts des futures travailleuses...

(Cette intervention dure une minute, elle précède le débat).

Animatrice:

Questions pour le débat

Est-ce que les étudiantes auront reçu à l'école la formation adéquate?

Est-ce que les femmes font les frais de l'introduction des technologies nouvelles? Sont-elles plus touchées par ces changements, pourquoi?

Est-ce aussi vrai pour nos diplômées du Cégep et de l'université?

Que peut-on dire des étudiantes qui s'inscrivent à l'Université aujourd'hui...

Les études récentes révèlent qu'elles se dirigent majoritairement dans les domaines traditionnels que l'on dit "féminins".

Est-ce que leur formation actuelle leur permettra de s'adapter à diverses occupations?

Le monde du travail est en perpétuel changement et présentement ces changements arrivent à des rythmes accélérés, est-ce que les jeunes femmes (étudiantes) en sont conscientes?

F2 - Découpage Technique

Minutage cumulatif	Vidéo	Audio	Minutage prévu
00:00	OUVERTURE 1- TITRE ch.gen.	THEME DE L'EMISSION	00:30
00:30	INTRODUCTION ANIMATRICE	STUDIO	02:00
02:30	PRESENTATION DES INVITES Pierre De Passillé Diane Tremblay Isabelle Lamarre Michel Dérosiers	STUDIO	01:00 01:00 01:00 01:00
06:30	DEBAT	STUDIO	20:00
26:30	CONCLUSION ANIMATRICE Remercie les invités et le public	STUDIO	01:30
28:00	GENERIQUE ch.gen. (SUPER) FADE-OUT	THEME DE L'EMISSION	00:30
28:30	IMAGES ANIMATRICE ET PARTICIPANTS		00:15
28:45	FADE-OUT		

F.3 Dossier de Presse

Dunningan, Lise, L'Ecole "sexiste" c'est quoi? Conseil du Statut de la Femme, printemps 1986.

Duvieusart, Bernadette, Dossier les inconnues de la Science, Science et technologie, vol., No. 2, 1981.

Escomel, Gloria, Nos filles mal orientées?, Chatelaine, Avril 1980.

Fahmy, Pauline, Et l'orientation des filles, Perspectives, vol. 17, No. 4, décembre 1981.

Gagnon, Diane, Evolution du cheminement professionnel des femmes (1951 - 1971), l'orientation professionnelle vol. 16, No. 6, 1981).

F.4 Etapes de la production

A) Etapes préliminaires

1. Distribution - contacter les personnalités invitées à l'émission.
2. Dossier de Presse à envoyer aux participants.
3. Copie de texte - Script et découpage technique.
4. Commander musique originale.

B) Pré-production

1. Former l'équipe de production.
2. Horaire de production (Enregistrement).
3. Faire l'analyse:
 - a) accessoires
 - b) décors
 - c) maquillages
4. Eclairage - dessiner plan décor et lumière
5. Générique - graphique pour le titre

C) Production en Studio

1. Feuille de route pour les participants.
Préparation avant l'enregistrement.
2. Listes de déplacements pour les caméras (Shot list).
Musique (sur bobine)
3. Ruban 3/4 magnétoscope
4. Prendre durée des "inserts" (générique)
5. Placer les caméras et faire une pratique des plans que l'on utilisera

D) Post-production

1. Libérer droits d'auteurs des participants pour la diffusion
2. Libérer droits d'auteurs pour la musique originale
3. Lettres de remerciements pour les participants
4. Diffusion de l'émission

Annexe G
Production

G.1 Droits de diffusion**Nom:****Adresse:****No. d'Assurance Sociale:**

Par la présente, nous demandons votre autorisation pour diffuser l'émission "Magazine - Impacts technologiques", à laquelle vous avez participé le 18 février 1983, dans les Cégeps et à la télévision éducative de Radio-Québec, ainsi que son utilisation pour votre recherche en technologie éducative et à des fins éducatives.

Autorisation: _____

G.2 Droits d'Auteur**Musique****Nom:****Adresse:****No. d'Assurance Sociale:**

Par la présente, nous vous offrons la somme de \$100.00 afin de libérer les droits d'auteur pour la musique originale composée pour l'émission "Magazine - Impacts technologiques" et pour son utilisation à des fins éducatives.

Autorisation: _____

G.3 Feuille de route

Important

Feuille de route pour les participants

Date d'enregistrement: 18 février 1983
Heure prévue: 14:30 p.m. (2:30 p.m.)
Lieu d'enregistrement: Studio A
Lieu de rencontre: Kiosque d'information, Hall Building
 Université Concordia
 (Métro: Guy (entre Bishop et Mackay))
Heure: 13:45 p.m.
Procédure: Un guide vous y accueillera pour ensuite
 vous conduire au Studio A
Tenue vestimentaire: Le blanc est à déconseiller (cette
 couleur ne plaît pas à nos caméras!)
Décor: Teintes de brun et de beige
Public: Vous vous adressez à un public du Cégep
 dont l'âge varie entre 17 - 24
 en moyenne (on doit y ajouter la
 population de gens qui sont retournés
 aux études après interruption.)
**Petits trucs pour
 les caméras:** Soyez attentifs aux interventions des
 autres participants et démontrez votre
 intérêt par des réactions (sourire,
 signe de tête, etc.)
Suggestions: Allégez le discours par l'humour si
 possible ou illustrez votre propos à
 l'aide d'exemple

G.4 Equipe de production

Producteur: Université Concordia

Réalisateur: Paule R. Fortier

Directeur Technique: Joost Davidson

Aiguilleur: Shannon Green Baum

Assistante à la production: Susan Winsor

Effet sonore: Frank Antonson

Caméraman: Perouska Mihalka
Steven Skitt
Richard Mortimer

Générique: Dominique Poupart

Recherchistes: Marie-Josée Brossard
Paule R. Fortier

Musique originale: Donald Lécuyer

G.5 Fiche d'Evaluation des experts

1. Authenticité - Actualité

Le document rapporte-t-il des faits correspondant à la réalité?	oui	non
	1	2
Y a-t-il des omissions significatives au niveau de l'information véhiculée sur le trajet?	1	2
Certains énoncés vous semblent-ils biaisés? Si oui,	1	2

Commentaires: _____

2. Choix du contenu

L'information est-elle présentée de façon convaincante?	oui	non
	1	2
Les thèmes abordés et les commentaires des invités sont-ils suffisamment précis pour rendre le sujet facilement compréhensible?	1	2
Les idées sont-elles trop nombreuses?	1	2
Le document est-il de nature à susciter et à retenir l'attention du public visé?	1	2

3. Impact

Le document est susceptible d'entraîner des réactions intéressantes?	oui	non
	1	2
Est-il susceptible d'entraîner des discussions?	1	2

12. Est-ce que vous trouvé que c'est un bon document
d'information? oui non
1 2

13. Sinon, pourquoi? _____

14. Commentaires: (Pour fin d'amélioration du document en
général)

Merci de votre participation!