

Les Cahiers du GREM

no 2

Collection dirigée par Michel Allard

**LES AÎNÉS ET LA FRÉQUENTATION
DES MUSÉES**

ÉTUDE RÉALISÉE EN 1991

par Bernard Lefebvre et Hélène Lefebvre

Groupe de recherche sur l'éducation et les musées

Université du Québec à Montréal

Septembre 1998

À propos du GREM...

Le Groupe de recherche sur l'éducation et les musées (GREM) a été créé en 1981 et il est dirigé par monsieur Michel Allard, professeur au Département des sciences de l'éducation à l'Université du Québec à Montréal. Il a pour objet le développement d'un nouveau domaine de recherche, l'éducation muséale.

Même si on reconnaît au musée une fonction éducative, même si la visite au musée compte parmi les stratégies d'enseignement proposées par les programmes, depuis 1923 au Québec, peu de recherches scientifiques ont été entreprises sur ce sujet. Nous avons mis en œuvre, en collaboration avec des musées et des commissions scolaires, un programme de recherche dont l'objectif général consiste à élaborer, expérimenter, évaluer et valider des modèles didactiques propres aux musées.

4 sous-objectifs sont visés:

1. pour l'école, développer des instruments didactiques qui permettront aux musées de participer à l'apprentissage des élèves;
2. pour les curricula, développer des stratégies d'enseignement et d'apprentissage propres au couple école-musée;
3. pour les musées, développer des approches pédagogiques aptes à favoriser la participation active des élèves;
4. pour les musées, déterminer l'environnement propice à stimuler l'apprentissage des élèves.

À cet effet, nous étudions les interactions entre les diverses composantes d'une situation pédagogique se déroulant au musée, à savoir le sujet (l'élève-visiteur), l'objet (la thématique), l'agent (l'ensemble des ressources humaines et matérielles) et le milieu (l'environnement interne et externe). De l'analyse de ces interactions, nous dégageons des modèles didactiques propres et pertinents au musée. C'est dans cette veine, que quelques thèses de doctorat et quelques mémoires de maîtrise ont été déposés et soutenus. D'ailleurs, quelques ouvrages et articles publiés présentent les recherches du GREM.

Tous droits réservés

© Groupe de recherche sur l'éducation et les musées

Dépôt légal- Bibliothèque nationale du Québec, 1998

Dépôt légal- Bibliothèque nationale du Canada, 1998

ISBN 2-922411-01-X

Données de catalogage avant publication (Canada)

Lefebvre, Bernard, 1928-

Les aînés et la fréquentation des musées

(Les cahiers du GREM; no 2)
Comprend des réf. bibliogr.

ISBN 2-922411-01-X

1. Musées - Fréquentation. 2. Personnes âgées - Loisirs.
3. Musées - Fréquentation - Québec (Province). I. Université
du Québec à Montréal. Groupe de recherche sur l'éducation
et les musées. II Titre. III. Collection.

AM7.L43 1998

069'.1

C98-940299-1

Tous droits de reproduction, d'édition, de traduction, d'adaptation, de représentation, en totalité ou en partie, sont réservés en exclusivité pour tous les pays. La reproduction d'un extrait de cet ouvrage par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, en particulier par photocopie ou par microfilm, est interdite sans l'autorisation écrite du Groupe de recherche sur l'éducation et les musées, Université du Québec à Montréal, Case postale 8888, succursale Centre-Ville, Montréal (Québec) H3C 3P8.

Avant-propos

Depuis la création, en 1981, du Groupe de recherche sur l'éducation et les musées (GREM), ses membres ont réalisé plusieurs recherches et ont conduit plusieurs études. Les données recueillies ont servi à l'élaboration de nombreux mémoires ou thèses, et à la rédaction de plusieurs articles et de quelques ouvrages. Elles ont ainsi contribué à l'analyse et à la synthèse de questions propres à l'éducation muséale.

Toutefois, plusieurs travaux de recherche menés par les membres du GREM n'ont jamais été publiés intégralement. C'est pour pallier cette carence que nous avons décidé de les réunir dans une collection intitulée «Les Cahiers du GREM». Les chercheurs pourront ainsi avoir accès à des données inédites qui pourraient leur être utiles dans la poursuite de leurs propres travaux. Chaque cahier sera publié à un nombre limité d'exemplaires et sera vendu au prix coûtant. On pourra se les procurer sur demande à l'adresse suivante:

*Groupe de recherche sur l'éducation et les musées
Département des sciences de l'éducation
Université du Québec à Montréal
C.P. 8888
Succ. Centre Ville
Montréal (Québec)
H3C 3P8
Télécopieur: (514) 987-4608*

*Michel Allard, Directeur du GREM
Mai 1998*

Remerciements

L'étude sur les aînés et la fréquentation du musée n'a pu se réaliser que grâce à la collaboration d'un grand nombre de personnes. J'exprime ma gratitude à des responsables de musées, à des professeurs de l'ordre collégial et universitaire, de même qu'à des gradués de la maîtrise en éducation de l'Université du Québec à Montréal et à des aînés qui m'ont permis d'effectuer un sondage auprès de cinquante-neuf aînés inscrits à des cours de l'ordre collégial ou universitaire et à vingt-quatre autres qui vivent paisiblement leur retraite. À ces derniers, un grand merci pour avoir bien voulu prendre le temps de répondre à notre enquête.

Mes remerciements s'adressent aussi à Hélène Lefebvre pour son apport dans la partie théorique du travail. Soulignons enfin les services empressés de Diane Amatuzio qui a veillé à la production du document.

Table des matières

Introduction	3
Aperçu sur le musée et les aînés	4
Notion et historique du musée	4
La clientèle aînée des musées	5
Le guide et les activités muséales	7
L'opinion des responsables de musées	12
Les habitudes muséales propres aux aînés	12
Les classes d'aînés	13
Les groupes particuliers et la thématique	14
Les attitudes particulières, les habitudes, le style des visites	16
Les activités	17
Les actions à entreprendre pour attirer les aînés au musée	19
Le profil de programme des visites organisées lors de tournées de groupes d'aînés	20
Les conditions particulières qui facilitent la visite des aînés	21
Enquête auprès des personnes aînées	23
La description du questionnaire	23
L'analyse des réponses	24
Synthèse des résultats	37
Les aînés	37
Le musée	38
La visite d'une exposition	39
Le responsable de la visite des aînés	40
Le guide	41
La publicité	41
Prolongement de la recherche	43
Conclusion	44
Bibliographie	45
Annexe 1: Liste des personnes et des organismes consultés	48
Annexe 2: Enquête auprès des aînés inscrits à un programme post secondaire	49
Annexe 3: Enquête auprès des aînés ne suivant pas de cours	57

Introduction

La Société pour le développement du Musée de la Nouvelle-France s'intéresse à la clientèle des aînés. Le présent rapport de recherche portant sur ce sujet comprend trois parties. La première, d'ordre général, consiste en un aperçu sur le musée et les aînés. Cette étude théorique ne se restreint pas strictement aux aînés, mais s'applique aussi à cette catégorie de personnes. La deuxième partie présente un rapport regroupant l'opinion de responsables de musées concernant la présence des aînés au musée. Les entrevues ont tenté de cerner les aspects suivants: a) les habitudes muséales propres aux aînés; b) les diverses classes de personnes visiteuses; c) les relations entre les groupes particuliers et la thématique d'un musée; d) les attitudes particulières, les habitudes et le style des visites; e) les activités susceptibles d'intéresser la clientèle des aînés; f) les actions à entreprendre pour attirer les aînés au musée; g) le profil de programme des visites organisées lors de tournées de groupes d'aînés; h) les conditions particulières qui facilitent les visites des aînés. Enfin, la troisième partie comprend les résultats d'un sondage réalisé auprès d'un groupe d'aînés sur la fréquentation des musées. Ce sondage comprend l'identification des caractéristiques propres aux répondants, leur opinion concernant la visite des musées et leur intérêt relativement aux éléments de la thématique préliminaire du Musée de la Nouvelle-France.

Aperçu sur le musée et les aînés

Peu d'études ont eu pour objet les aînés comme visiteurs de musées. Force nous est donc de chercher dans la littérature muséale ce qui peut s'appliquer à eux. Dans un premier temps, nous nous attarderons brièvement à la notion de musée et à quelques réminiscences historiques. Nous tenterons ensuite de mieux connaître la catégorie des personnes de cinquante ans et plus que l'on veut attirer au musée. Pour faire suite, nous porterons notre attention sur le guide et les activités muséales.

Notion et historique du musée

À quoi sert le musée? Selon le Conseil international des musées (10^{ième} conférence, 1975), le musée doit faire comprendre à chacun sans distinction d'âge, son histoire et l'enchaînement des circonstances qui ont amené la formation d'une communauté. Pour Fournier (1987), les musées québécois doivent organiser des activités pour des clientèles spécifiques allant des enfants de la maternelle aux groupes de l'âge d'or. Les objets présentés favorisent l'attachement à la culture. Ces propos justifient amplement la préoccupation qu'entretient la Société de développement du Musée de la Nouvelle-France de vouloir se préoccuper des aînés comme classe de visiteurs. De plus, ce musée, ayant pour objet une tranche importante de l'histoire du Québec, s'adresse particulièrement à ceux qui s'intéressent au passé, pour se l'expliquer et se le réapproprier à l'aide de leurs souvenirs, et à la société dont ils sont issus avec ses valeurs, ses institutions, ses modes de vie et les oeuvres produites.

Les musées remplissent une fonction communautaire qui consiste à éduquer en divertissant, au moyen de l'expression esthétique (Sears, 1976). Ils ont pour but l'information et la délectation (Hudson, 1977). En effet, le musée n'est pas strictement un instrument destiné à instruire, mais aussi à plaire. Pensant aux aînés, même s'ils apprécient recevoir de l'information, la plupart ont dépassé depuis longtemps la période scolaire. Le Musée de la Nouvelle-France sera significatif

pour eux à la condition que les objets exposés s'accordent à leurs intérêts et à leur expérience de vie. Pour les attirer et les retenir au musée, il faudra aussi veiller à une présentation attrayante.

Il est opportun de se remémorer l'origine des musées. Au 18^{ième} siècle, on a senti le besoin de donner un aspect tri-dimensionnel aux premières encyclopédies, en rassemblant des objets en des collections cohérentes. Ces musées sont devenus "des instruments privilégiés pour présenter à tous les savoirs humains dûment systématisés" (Lamarche, 1985). Au Québec au cours du 19^{ième} siècle et de la première moitié du 20^{ième} siècle, il a existé de nombreux musées d'histoire naturelle dans nos couvents et nos collèges. Vers 1930, à l'occasion de la crise économique, le Comité catholique du Conseil de l'instruction publique recommandait fortement aux instituteurs ruraux de monter des exhibits agricoles dans leur classe. Aujourd'hui comme hier, les programmes d'études encouragent la confection de collections dans une grande diversité de matières. On constate alors que tous ces moyens concrets d'intuition s'imposent comme une avenue de la connaissance, en dépit des imprimés nombreux qui inondent nos domiciles et nos établissements scolaires. Nous constatons donc que les musées ne s'intéressent pas uniquement aux arts et à la culture destinés à l'élite, mais aussi aux arts et métiers ainsi qu'au mode de vie de l'homme et de la société, dans un contexte historique ou contemporain, de même que sous un angle ethnologique s'inspirant d'une géographie locale ou plus éloignée.

La clientèle aînée des musées

Les collections qu'abritent les musées n'ont d'autres raisons d'être que celle d'être présentées au public. "Mais, si le visiteur ne se présente pas, le musée n'a aucune signification. Les deux forment un couple inséparable" (A. Lefebvre, 1991). Il ne sert à rien de déplorer que seulement deux à dix pour cent de la population fréquentent les musées, tant au Canada qu'aux États-Unis (Musée de la Civilisation du Québec, 1985). Ce fait révèle tout simplement qu'il existe là une

clientèle potentielle à solliciter, particulièrement celle des gens à la retraite. Cela est d'autant plus vrai que le nombre des personnes de 65 ans et plus augmente rapidement d'une année à l'autre.

L'accroissement du taux de fréquentation des musées par les aînés est prévisible pour plusieurs raisons. D'abord, ceux des années à venir auront un niveau de scolarité plus élevé (Gagné, 1984). Les mass-média se chargent de répandre un important volume de connaissances diversifiées (Meyerson, 1976; Davis, 1985). Or, ceux qui ont quitté le milieu du travail ont beaucoup de loisirs pour s'informer sur des sujets variés. De plus, les associations regroupant ces personnes existent dans toutes les régions. Les programmes de loisirs ou de voyages devraient comprendre des activités culturelles comme, par exemple, des visites de musées. Les aînés sont susceptibles de répondre davantage qu'auparavant à ces sollicitations, car leur santé générale et leur vitalité sont meilleures que celles des générations précédentes. La population a aussi tendance à prendre sa retraite avant l'âge de 65 ans. À preuve, les fonctionnaires et les enseignants se retirent habituellement avant l'âge de 60 ans. Ces constatations sont encourageantes pour le Musée de la Nouvelle-France, car il pourra compter sur la venue possible de visiteurs aînés en assez grand nombre, à condition d'identifier les divers publics à l'intérieur de ce groupe d'âge, de les attirer par une publicité ciblée et de leur offrir des programmes adéquats.

Selon une enquête de 1981 sur les pratiques culturelles des personnes âgées en France, "la nature et la culture sont finalement les deux points d'ancrage dont la randonnée à la campagne, les monuments historiques et les musées sont plus prisés" (H. Lefebvre, 1988-1989). Ces activités produisent d'heureux effets comme un "bien-être psychologique par le maintien et même l'augmentation de l'estime de soi, le besoin d'aimer et d'être aimé, le maintien et l'amélioration du tissu social et le sentiment de se réaliser pleinement en tant qu'être humain faisant partie d'une communauté" (Ibidem). Au plan émotif et social, nous voyons tout ce que le musée de la Nouvelle-France pourra apporter à ses visiteurs aînés.

Pour ce qui est du fonctionnement intellectuel, si on en croit McClusky (1973), il devrait être d'un niveau supérieur, à condition que les personnes âgées jouissent d'une bonne santé physique et mentale. Selon le même auteur, il est prévisible qu'ils prennent plus de temps que les plus jeunes pour accomplir des tâches, mais cette vitesse moindre est compensée par des gains dans des activités où ils peuvent compter sur leur expérience (B. Lefebvre, 1988-1989). Si le musée doit s'adapter à la présence des aînés par des mesures particulières, ce n'est pas en rabaissant le niveau d'implication intellectuelle. Si c'est vrai pour tout visiteur d'utiliser un "jeu de référence" faisant appel à la reconnaissance devant un objet vu pour la première fois, cela l'est encore davantage pour la personne âgée dont les souvenirs sont encore plus nombreux que pour leurs cadets. Ce type de raisonnement analogique permet d'appivoiser ce qui est nouveau ou non familier (Lamarche, 1985).

Un nombre toujours croissant d'aînés s'inscrivent à des programmes préparés à leur intention par les commissions scolaires, les collèges et les universités. Pour ne nommer que ceux-là, les cours d'histoire, de sciences politiques, d'arts plastiques et d'histoire de l'art se prêtent bien à la visite du Musée de la Nouvelle-France, pour amorcer ou compléter certaines notions à l'étude. Comme le suggère Nusberg (1982) et Reiko (1985), "il n'est pas exclu de quitter la salle de cours, pour compléter les connaissances théoriques par la visite de musée" (B. Lefebvre, 1988-1989).

Le guide et les activités muséales

Après avoir mieux saisi qui est le visiteur de musée avançant en âge, portons maintenant notre attention sur le guide et les activités muséales. Même si ces sujets seront repris dans le rapport des entrevues et dans les réponses données au sondage, nous ferons ici état de quelques considérations tirées de sources bibliographiques.

Le guide

Le guide assure la relation interpersonnelle entre le public et les objets exposés au musée. Cet hôte se charge d'accueillir les visiteurs, les oriente vers l'objet général de l'exposition et crée l'atmosphère qui dispose à profiter du séjour au musée (A. Lefebvre, 1991). La personne aînée étant, de façon générale, moins sûre d'elle-même qu'un visiteur plus jeune, il importe de lui assurer un accueil personnalisé au lieu qu'il ne rencontre sur son chemin qu'un agent de sécurité chargé de surveiller l'entrée du musée.

Examinons maintenant les attentes à l'égard du guide de musée, au plan des connaissances, des attitudes et des habiletés. Personne ressource, on souhaite qu'il soit compétent et bien préparé dans le domaine faisant l'objet spécifique du musée ou de l'exposition. Quant aux attitudes, on s'attend à ce qu'il soit motivé à l'égard des oeuvres ou des objets présentés aux visiteurs, afin de susciter l'intérêt de ces derniers. On souhaite qu'il soit accueillant, sympathique et bien adapté à diverses catégories de visiteurs. Serait-ce trop demander que le guide soit habile à écouter ses interlocuteurs, une personne de dialogue et un communicateur captivant, capable de brièveté et de concision, et qui adapte le niveau de son vocabulaire aussi bien aux spécialistes qu'aux profanes (B. Lefebvre, 1989).

Ces attentes exprimées par des étudiants universitaires d'âge varié pourraient tout aussi bien être celles provenant de visiteurs aînés. Rien n'indique que des concessions à la baisse puisse exister si on accompagne ces derniers. Étant toujours là pour fournir des explications sur le contenu d'une exposition, le guide doit encore être plus attentif aux besoins particuliers de ses invités aînés et faire en sorte qu'ils enrichissent de leurs commentaires la visite qu'ils effectuent.

Ne pourrait-on pas attribuer aux guides de musées ce qu'on souhaite trouver chez les enseignants qui pratiquent auprès d'étudiants du troisième âge. "On souhaite qu'ils soient d'agréables catalyseurs, des facilitateurs d'apprentissage et non seulement des transmetteurs de

connaissances, des professeurs compréhensifs et habiles, connaissant la gérontologie, flexibles et imaginatifs". (B. Lefebvre, 1988-1989). Pour Fishtein (1982), que ces professeurs soient pour les aînés des conseillers et des collègues communicatifs et aux relations interactives.

Les activités muséales

Loin de vouloir faire une revue exhaustive des activités muséales, nous désirons simplement jeter une certaine lumière sur les modes d'organisation d'une visite pour les aînés et sur la pertinence du sens tactile en plus de la vue.

Divers modes d'organisation de visites ont été expérimentés, qu'il s'agisse d'un guide officiel, de personnes ressources en disponibilité, du solo-guide, d'une brochure explicative, etc. (A. Lefebvre, 1989; B. et H. Lefebvre, 1989). Il ne semblerait pas y avoir un mode qui l'emporte vraiment sur les autres. "Chacun permet d'exploiter un ou plusieurs aspects du musée et met en valeur des éléments différents (A. Lefebvre, 1990). Comme il n'existe aucune étude systématique sur le type de guides et les modalités d'intervention de ceux-ci auprès des visiteurs aînés, il serait nécessaire d'entreprendre une recherche sur le sujet, afin de découvrir les meilleures approches à exploiter pour cette clientèle particulière. Quels qu'en seraient les résultats, il faudra toujours offrir un certain choix pour répondre à la variété des besoins et pour assurer un cadre souple qui correspond à la diversité des individus et des groupes de visiteurs.

Les guides varient le choix des objets et leur approche, selon qu'ils reçoivent un groupe de l'âge d'or, un groupe spécialisé de retraités ou des visiteurs seuls qui se regroupent pour une visite. Les premiers ont davantage une préoccupation de cohésion sociale, les deuxièmes cherchent des réponses à leurs intérêts précis et les troisièmes, semblables à tout visiteur non identifié, poursuivent leur cheminement personnel, procèdent à une activité significative et plaisante pour

eux, répondent à leur intérêt personnel et contrôlent le rythme de leur visite selon leur capacité personnelle (S. Dansereau-Dorais, 1991).

Le musée ne s'adresse plus uniquement à la vue. "Les pédagogies dites *actives*", expérimentées inspirent les utilisations autres du musée" (R. Montpetit, 1985). Il est certain que les services d'éducation des musées ont puisé dans l'héritage pédagogique du 20^{ième} siècle. Encore plus, les moyens de communication sociale interrogent la pratique muséale. À l'instar de l'école, le musée est plus conscient de présenter des exhibits préparés avec soin, des documents audio-visuels bien faits, des démonstrations et des dramatiques qui attirent l'attention. Les visiteurs pourront ainsi en tirer des connaissances et de l'agrément.

D'une part, le principe d'activité personnelle du visiteur s'oppose à un activisme vide de sens qui ressemblerait à du désordre et à un manque de respect élémentaire envers les oeuvres ou les objets rares qui sont exposés. D'autre part, nombre de tabous ayant disparu de la société, le climat quasi religieux du musée s'est aussi dissipé. Si des objets sont toujours protégés de la forte lumière, des lampes-éclairs et du toucher des visiteurs dans un but de conservation, certaines pièces ou des fac-similés sont maintenant remis entre les mains des visiteurs. Toutes les avenues sensorielles fournissent les données où se nourrissent l'affectivité, l'imagination et l'intellect (B. Lefebvre, 1985).

Cependant, il ne faut pas croire en l'état "d'apparente passivité qu'on attribue parfois aux visiteurs de musée paraissant n'avoir rien d'autre à y faire que de regarder" (H. Lamarche, 1985). Même si manipuler des objets a une grande vogue, regarder attentivement n'a rien de passif et demeure une activité d'ordre supérieur, en dépit de l'immobilité extérieure de l'observateur.

Il est souhaitable de varier les activités accompagnant les visites faites par les aînés. Ceux-ci aiment apprécier les textures par le toucher et voir des documents audio-visuels. Mais qu'on leur laisse tout le temps voulu pour regarder à loisir les oeuvres ou les artefacts, car ils ont atteint l'étape

de la contemplation, source de réminiscence, d'interrogation et d'explication découverte spontanément, mais aussi source d'émotion et de plaisir esthétique.

Voilà l'expression de divers points de vue servant de cadre de référence aux opinions recueillies auprès de responsables de musées et auprès des aînés eux-mêmes sur la fréquentation des musées. La conception de ce qu'est le musée, la prise de conscience de la clientèle des aînés de même que la manière d'être des guides et l'examen de quelques activités se réalisant au musée sont de nature à nous faire réfléchir sur la fréquentation du musée par les aînés dans une perspective systémique. La clientèle aînée oblige à revoir l'ensemble de la situation et à rechercher les adaptations qui assurent une place de choix à un groupe de personnes dont on a relativement peu tenu compte dans le passé. N'est-il pas vrai qu'elles ont acquis un certain droit à ce moyen d'éducation permanente que sont les musées vu qu'elles y ont contribué de leurs impôts durant les années de leur vie active.

L'opinion des responsables de musées

Pour accumuler des données concernant les aînés et la fréquentation du musée, nous avons cru nécessaire de nous adresser à huit personnes oeuvrant dans les musées et qui se préoccupent de cette clientèle particulière. Nous avons aussi rencontré un professeur d'histoire de l'art au niveau collégial qui visite des musées avec ses étudiants de 50 ans et plus et deux conseillers en voyage qui incluent la visite de musées dans les tours offerts à la clientèle aînée.

Les habitudes muséales propres aux aînés

La question des habitudes muséales propres aux aînés n'a pas reçu tout l'éclairage souhaité. Cependant, pour ce qui a trait aux visites en groupes, il arrive que les animateurs de loisirs proposent à leurs membres des listes de suggestions incluant la visite de musées. Les activités et les sorties qui ressortent prioritairement du sondage guident la préparation du calendrier des activités.

Lors des voyages organisés dans les grandes villes par une agence, la visite d'un ou de quelques musées est prévue. Mais d'une manière générale, on ne peut affirmer que la clientèle aînée en fait le clou d'une tournée, car elle semblerait manquer de la culture générale nécessaire pour goûter vraiment ce genre d'activité. Les gens préfèrent le shopping au musée. Il y a exception quand il s'agit d'un voyage dont le but spécifique est d'aller visiter une exposition particulière. Il est alors opportun que les musées entrent en contact avec les agences de voyage tout comme avec ceux qui organisent des voyages dans les centres d'accueil, les résidences de retraités et les fédérations ou clubs de l'âge d'or. Aller rencontrer ou recevoir les responsables de la programmation permet de leur faire connaître ce que le musée propose à ses clients ou membres.

Si les habitudes muséales existent seulement à l'état embryonnaire chez les aînés, il revient au musée de prévoir un créneau particulier à l'intention de cette clientèle comme, par exemple, de nommer une personne responsable des visites à l'intention des aînés.

Les classes d'ânés

Les classes d'ânés couvrent diverses réalités selon le point de vue considéré. Une des personnes interviewées indique que l'âge moyen est de 65 ans. Une autre établit les coupes suivantes: de 55 à 65 ans, les personnes sont actives, se déplacent facilement et participent même à des activités d'arts plastiques; de 65 à 75 ans, elles se joignent plutôt à des groupes; les plus âgés connaissent des problèmes plus fréquents de mobilité.

Pour ce qui est des tours à caractère commercial, la clientèle comprend surtout des voyageurs de 55 à 70 ans qui n'ont pas une difficulté grave de locomotion, pour ne pas trop ralentir les déplacements du groupe.

Quant au sexe, on s'accorde généralement pour dire que les femmes forment 60% à 65% des visiteurs. D'une part, il y a exception pour le musée de la monnaie d'Ottawa où le nombre des hommes est plus grand que celui des femmes. D'autre part, la clientèle des tours organisés est presque seulement féminine. Si certaines y participent avec des amies, plusieurs sont seules. À noter qu'il y a aussi des couples qui se joignent aux groupes. Les hommes voyagent rarement seuls, mais accompagnent plutôt leur conjointe.

Le niveau social, culturel et économique fut régulièrement évoqué. Plusieurs opinions contradictoires ont cours sur le sujet. Pour certains, les visiteurs ânés se différencient sur ces divers aspects de la même manière que la population en général. Ceux des milieux populaires effectuent plutôt une visite de routine sans trop s'attarder à ce qui est exposé. L'examen du milieu physique prime parfois sur le contenu du musée. Par contre, les groupes plus cultivés sont davantage attentifs, aiment questionner et émettre des opinions. D'autres croient que le niveau culturel n'a pas d'importance. C'est l'intérêt qui compte. Des activités muséales ont été aussi bien

accueillies par des personnes appartenant à des milieux socio-économiques différents. L'un des conservateurs rencontrés avoue cependant que les visiteurs appartiennent majoritairement à la classe moyenne ou privilégiée.

Les groupes particuliers et la thématique

Il ne nous a pas été donné de faire une étude très poussée concernant les groupes particuliers en rapport avec la thématique. Cependant, certaines constatations préliminaires demeurent possibles.

Les cours d'histoire de l'art et la visite des musées de beaux-arts attirent plus les femmes que les hommes tandis que c'est l'inverse pour le musée de la monnaie.

Des thèmes particuliers intéressent davantage les femmes comme l'éducation des enfants, la nourriture et la cuisson des aliments, l'habillement, les tissus, la toilette, le lavage, la poste, la maison, les déplacements, la santé, les remèdes, les accouchements, le deuil, etc. D'autres sont plus attrayants pour les hommes: la construction, le transport, la chasse, la forêt, la pêche, les taxes, le tabac, l'eau de vie, etc. Pour les hommes et les femmes, certains thèmes sont d'un intérêt commun: les fêtes, le deuil, l'église, les blancs et les amérindiens, la seigneurie, la rivalité entre Montréal et Québec, etc. La clientèle aînée est plus sensible que les autres à cette dichotomie d'intérêt.

La thématique doit tenir compte des strates de la population aînée, qu'elle soit issue du milieu agricole, ouvrier ou professionnel, et s'appuyer sur leur expérience de vie. Il faut préparer des exhibits significatifs pour les uns et pour les autres, faisant appel à ce qui est évocateur pour eux, afin de les amener à découvrir des faits plus anciens ou plus récents. Les personnes aînées, particulièrement celles des milieux agricoles et ouvriers, ne s'intéressent peut-être pas autant qu'on le voudrait au contenu des musées, parce qu'on n'a pas encore conçu des programmes d'exposition adaptés à elles. C'est une voie à exploiter dans l'avenir.

Il est bon de chercher ce qui motiverait les aînés à visiter le musée de la Nouvelle-France. Ce pourrait être la généalogie, l'histoire, la nature sauvage, les grands espaces, les aventuriers, les terres neuves. Il y aurait aussi des thèmes évocateurs tels que: *On vient de loin* ou encore *Il y a longtemps que je t'aime*, etc. Cette question mériterait une étude plus approfondie.

Des groupes spécifiques feraient naître des thèmes intéressants. Par exemple, les associations de fonctionnaires et l'administration coloniale, les enseignants retraités et l'enseignement primaire, secondaire et universitaire sous le régime français, ceux de compagnies comme le Bell Canada, l'Imperial Tobacco, l'hôpital Sainte-Justine et les communications, le cérémonial du calumet ainsi que les hôpitaux. Au risque de nous répéter, les aînés qui s'initient aux beaux-arts apprécieraient un thème d'exposition portant sur l'art en Nouvelle-France et chez les Amérindiens.

Enfin, il existe de nombreuses associations regroupant des ethnies. Les retraités y sont nombreux dans la communauté italienne, grecque, juive et chinoise. Les Québécois sont d'anciens immigrants tout comme eux. Il vaudrait la peine d'atteindre cette clientèle et d'organiser un thème d'exposition qui piquerait leur curiosité et qui contribuerait à une meilleure connaissance mutuelle.

À l'intention des anglophones du Québec, il serait possible de présenter des faits avec la double interprétation franco et anglo-canadienne.

Même si la question des groupes particuliers et de la thématique se situe simplement au niveau d'une analyse préliminaire, on s'aperçoit que les possibilités s'accroissent au fur et à mesure qu'on exploite cette veine.

Les attitudes particulières, les habitudes, le style des visites

Dans cette section, nous discuterons des attitudes et des réactions des aînés, des guides qui les accompagnent durant les visites et des modalités de visites.

Traitions d'abord des attitudes propres aux visiteurs aînés. Le temps de la retraite est aussi celui du loisir. On prend le temps de s'arrêter, de regarder ce qui se fait et ce qui s'est fait. On est conscient du moment présent et de l'histoire derrière soi. On a le sentiment d'être un maillon dans la chaîne des générations qui précèdent et qui suivent.

Comme le musée représente un milieu nouveau pour plusieurs, il peut arriver que les aînés manquent de confiance en eux et s'y sentent insécures. Ils ont alors besoin d'être accueillis, accompagnés et rassurés, du moins la première fois qu'ils visitent un musée. Les aînés projettent ce qu'ils voient sur leurs petits-enfants. Le passé est important pour eux, car il sert à expliquer le présent et à relativiser le vécu actuel.

Les guides s'appellent plutôt des animateurs ou des agents qui adoptent l'approche *client*. Certains se spécialisent pour s'occuper plutôt des visiteurs aînés, apprenant à parler plus fort et plus lentement et à développer un contact plus chaleureux. Entrant en conversation avec eux et sollicitant le dialogue, ces guides sélectionnent l'itinéraire selon les intérêts, les connaissances, les souvenirs et l'expérience des aînés. Il se laissent orienter par les commentaires et les réactions de leurs invités. Tout cela se résume en ceci: être à l'écoute des aînés.

Les activités

Solliciter l'activité du visiteur de musée plutôt que sa présence passive semble être, au moins théoriquement, une orientation prise par les responsables de l'animation et de l'éducation. Qu'en est-il au juste pour les aînés?

Le musée n'est plus le temple où règne un silence absolu. Au contraire, il est recommandé de provoquer la conversation pour connaître qui est ce visiteur aîné, ses intérêts et son expérience de vie, pour être en mesure de mieux orienter le cheminement de la visite. Maintenir un dialogue constant, poser des questions aux visiteurs aînés, faire appel à leur compétence, vérifier auprès d'eux les explications données, voilà autant de moyens qui alimentent l'activité verbale.

Le musée ne s'adresse pas uniquement aux yeux. Si les enfants raffolent toucher à des objets, on nous assure qu'il en est de même pour les aînés. Des goussets, des cabarets et des tables mobiles servent à les mettre en contact avec certains des objets de la collection ou leurs répliques. On s'efforce de faire ces expériences dans les aires correspondant aux thèmes qui se rapportent aux artefacts de même nature. L'intérêt y est avivé; l'expérience tactile provoque des commentaires, des réactions et des questions d'information.

Les ateliers permettent à certains de revenir à un art qui a été abandonné depuis longtemps ou qu'on aurait aimé pratiquer toute sa vie. Ces ateliers, qui existent surtout dans les musées de beaux-arts, trouveraient certainement leur application dans les divers autres genres de musées. Nous pensons à l'art culinaire, à la menuiserie, à la fabrication du papier, à la fabrication de remèdes à partir des plantes, etc.

Même s'il n'y a pas de participation active, les aînés aiment assister à des démonstrations comme allumer l'âtre, préparer et cuire des aliments puis les déguster, ou assister à une séance de tissage.

Les machines programmées et les ordinateurs n'attirent pas les aînés. Non seulement ils n'en ont pas le réflexe, mais ils craignent même de commettre des erreurs en les utilisant. Cette instrumentation détournerait possiblement l'attention à apporter aux exhibits.

La présentation de documents audio-visuels, de vidéogrammes et de diaporamas semblent appréciés. Ils servent, entre autres, à informer sur l'histoire du musée, à montrer un artefact agrandi, à faire la publicité d'une exposition et à offrir des connaissances complémentaires tout en ménageant une période de repos en cours de visite.

Certains musées proposent une rencontre sociale, à la suite de la visite, autour d'une tasse de café. Les groupes où les personnes se connaissent ont souvent tendance à causer d'autres choses que de la visite qui vient de se terminer. Lorsque les visiteurs ne se connaissent pas, ils discutent plutôt de l'exposition qu'ils ont vue. À cette occasion, le guide ajoute des compléments à la visite, sous forme de conversation. Cependant, les visiteurs habituels n'ont pas besoin de ce renforcement social pour tirer profit du musée.

Lorsque les guides, vêtus en costume d'époque, sont en disponibilité à certains points stratégiques de l'exposition, il est facile pour les visiteurs seuls ou en groupes restreints, de demander des informations ou, simplement, d'amorcer le dialogue pour exprimer leurs opinions ou leurs sentiments. C'est l'occasion pour les guides d'attirer l'attention des interlocuteurs sur des aspects qui passeraient peut-être inaperçus.

Les actions à entreprendre pour attirer les aînés au musée

Plusieurs actions sont à entreprendre pour attirer les aînés au musée. En effet, celui qui est inconnu du public demeure vide. Aussi, tous s'accordent sur l'importance de la publicité. On conseille de s'associer à tous les événements sociaux et culturels de la région et d'intégrer la visite du musée à tous les congrès ou à toutes les manifestations réunissant des aînés.

Le musée se réservera des encarts publicitaires dans les quotidiens et surtout dans les périodiques destinés aux aînés comme, par exemple, *Vie Nouvelle* et *Senior Citizen*. Il importe également de solliciter des articles dans les revues et les journaux, afin de mettre en vedette les expositions et les activités du musée qui sont susceptibles d'intéresser les aînés. Il serait aussi utile de s'assurer la collaboration de journalistes retraités.

La radio et la télévision sont des média de masse où les aînés puisent une foule d'informations. Les chroniqueurs des émissions qui leur sont dédiées deviennent des personnes-ressources indispensables pour faire connaître le musée. Et pourquoi ne pas favoriser la réalisation d'émissions comme le *Temps de vivre* dans les murs du musée.

Les feuillets publicitaires doivent parvenir au plus grand nombre d'organismes possible s'occupant des aînés, comme l'éducation permanente des commissions scolaires, des collèges et des universités qui offrent des programmes aux aînés. Les associations de retraités de la fonction publique, de groupes professionnels et de compagnies constituent des groupes d'aînés d'un niveau culturel assez élevé et correspondent à une clientèle potentielle pour le musée. La Fédération de l'Âge d'or, les clubs de l'âge d'or, le Forum des citoyens de Montréal, le Centre Berthiaume du Tremblay et les associations analogues qui existent à Québec, à Sherbrooke et dans les autres villes d'une certaine importance organisent régulièrement des voyages. La visite du musée pourrait facilement s'inscrire dans leur programme. S'ajoutent à cela les agences qui organisent des voyages pour les aînés.

La publicité imprimée parviendra également aux principaux centres d'accueil, centres de jour et résidences d'aînés. La correspondance adressée aux directeurs sera aussi expédiée aux responsables des activités culturelles et récréatives.

La correspondance ne suffit pas à attirer la clientèle des aînés. Il est bon d'aller rencontrer les groupes d'aînés pour leur proposer une causerie sur le musée et leur montrer un vidéogramme ou un diaporama sur le sujet. C'est un des meilleurs moyens de préparer la visite au musée. Après la visite, on suggère de faire un appel téléphonique ou une visite à l'animateur en loisirs, pour effectuer un retour sur l'activité en vue de l'améliorer ultérieurement.

Pour stimuler la venue au musée de certains groupes, on pourrait leur offrir le transport gratuit. Pour réaliser des initiatives de ce genre, il faudrait probablement créer une fondation.

Si l'on est résolu à attirer les aînés du Québec au musée, on prendra soin de nommer un responsable chargé d'établir un programme à leur intention. De plus, on formera un comité aviseur d'aînés afin de conseiller le responsable sur la programmation, sur les activités et sur les moyens à mettre en oeuvre pour attirer les aînés au musée.

Le profil de programme des visites organisées lors de tournées de groupes d'aînés

Nous nous arrêterons simplement à l'accueil, au découpage temporel des visites et au nombre de visiteurs par groupe.

L'accueil gagne à être bref et chaleureux, car les visiteurs viennent pour voir le musée. Il sera personnel et non relayé par le truchement de la technique audio-visuelle. Il importe de préciser aimablement les indications servant à l'appropriation de l'espace et les consignes de fonctionnement qui assurent une visite agréable et sécurisante. Par exemple, la direction à suivre, l'existence de pancartes utiles à lire, le pourquoi du faible niveau d'éclairage de certains artefacts.

En général, la période consacrée à une visite s'étend d'une heure à une heure trente. Il est conseillé de faire une pause au milieu du temps alloué à cette activité. Si le séjour au musée se

prolonge davantage, il faut varier le type d'occupations toutes les demi-heures, parce que la capacité de concentration semblerait plus limitée chez les personnes de cet âge.

Le nombre de visiteurs par groupe varie de huit à quinze, l'idéal étant de huit ou neuf personnes. On s'entend pour affirmer que douze est un chiffre acceptable pour faciliter une interaction constante entre les visiteurs et l'animateur.

Les conditions particulières qui facilitent la visite des aînés

Sécurité affective et sécurité physique vont de pair. Si les aînés sont mal accueillis et s'ils ont l'impression qu'on n'a pas pensé à eux, ils ne seront pas dans de bonnes conditions psychologiques pour faire une visite agréable et être motivés à revenir.

En arrivant au musée, on doit bien leur expliquer la visite qui commence et leur fournir toutes les informations concernant son déroulement.

Des éléments de l'exposition peuvent parfois agresser les aînés parce qu'ils s'opposent à leurs croyances ou à leurs valeurs. Alors, on prendra soin que d'autres leur plaisent davantage. Comme les gens ne prennent pas des choses en particulier, il faut bien identifier ces dernières pour les analyser attentivement et se demander quel correctif apporter. Rappelons-nous qu'une exposition n'est jamais rejetée globalement.

Plusieurs observations se rapportent aux conditions physiques du musée. On ne saurait en minimiser l'importance, car leur non respect constitue à coup sûr la pierre d'achoppement à tous les efforts faits pour attirer les aînés au musée.

Dans l'aménagement du musée, il faut prévoir des lieux de repos, des bancs répartis dans toutes les aires, une cafétéria accueillante et confortable ainsi que des fontaines et des toilettes bien situées.

Pour faciliter la lecture des étiquettes et des principaux titres, on veillera à grossir suffisamment les caractères. Tous ceux qui portent des verres à double foyer en profiteront.

Les larges allées facilitent le déplacement des personnes en fauteuils roulants et des aires assez vastes permettent de les rassembler à l'aise. Des couvre-planchers souples et antidérapants évitent un surcroît de fatigue aux personnes autonomes dont les pieds sont fatigables. Il faudrait enfin éviter que le vestiaire soit situé à un autre étage que l'exposition à moins qu'un escalateur ou un ascenseur y donne accès.

Les responsables de musées et les autres personnes ressources que nous avons rencontrés nous ont reçu avec empressement et nous ont livré leurs commentaires sur la fréquentation du musée par les aînés, en s'appuyant sur leur connaissance de la situation et sur leur expérience antécédente. Leur collaboration fut précieuse à cause du réalisme et de la pertinence de leurs remarques dont il faudra tenir compte dans les politiques à établir en vue d'attirer et de retenir les visiteurs aînés au Musée de la Nouvelle-France et de créer un milieu propice à leur faire vivre des expériences muséales agréables, instructives et valorisantes.

Enquête auprès des personnes âgées

Malgré les renseignements recueillis auprès de personnes chargées de l'éducation et de l'animation dans les musées, auprès de diverses clientèles et, particulièrement, des visiteurs âgés, il était indispensable de nous enquérir auprès des personnes de plus de cinquante ans sur leurs attentes lorsqu'ils visitent des musées.

Nous décrivons d'abord l'instrument utilisé et nous présenterons ensuite l'analyse des réponses.

La description du questionnaire

Le questionnaire s'intitule *Personnes âgées et fréquentation des musées*. Il se divise en trois parties. La première se propose d'identifier les caractéristiques des répondants. La deuxième partie leur donne l'occasion d'exprimer leurs opinions sur la visite de musées. La dernière partie consiste en un sondage sur la thématique préliminaire du Musée de la Nouvelle-France. Analysons maintenant le contenu de chacune des parties.

La première partie, formée de 12 questions de type objectif, fournit des informations sur les personnes qui ont accepté de répondre au questionnaire et identifie leurs habitudes muséales. Ajoutons à cela la question 20 qui termine la deuxième section et qui porte sur l'éventualité de visiter un musée.

La deuxième partie s'intéresse aux motifs invoqués pour visiter un musée, au genre de visites préférées, aux types de fonctionnement du guide, aux éléments qui facilitent la visite d'une exposition, aux activités auxquelles on aimerait participer de même qu'aux avantages et aux inconvénients à retirer d'une visite au musée. Une question ouverte demande ce que les âgés n'aiment pas dans un musée. À la toute fin, on demande d'ajouter tout autre commentaire.

La troisième partie comprend 51 éléments faisant partie de la thématique proposée par le Musée de la Nouvelle-France. Pour chacun, les répondants devaient indiquer s'ils manquaient d'intérêt, s'ils s'y intéressaient peu ou beaucoup.

L'analyse des réponses

Première partie

La première partie porte sur la connaissance des sujets qui ont répondu au questionnaire.

Au plan des informations d'ordre sociologique, le sondage a été effectué auprès de 89 aînés partagés en deux groupes. Le groupe A comportait 59 personnes de cinquante ans et plus inscrites à un programme qui leur est destiné à la famille de l'Éducation de l'Université du Québec à Montréal ou qui suivaient un cours en histoire de l'art au collège Marie-Victorin. Les femmes formaient 86% de cette cohorte. L'âge du groupe se situait comme suit: 39% avaient entre 50 et 59 ans, 51% entre 60 et 69 ans et 10% entre 70 et 79 ans.

Le groupe B, formé de 24 personnes dont 79% étaient des femmes, regroupait des personnes ne suivant aucun cours. Pour la plupart, elles résidaient dans des appartements réservés aux personnes retraitées ou fréquentaient un centre de jour. Dans l'ensemble, ce groupe est plus âgé que le précédent. 8.5% ont entre 50 et 59 ans au lieu de 39%. 29% se situent entre 60 et 69 ans comme dans le groupe A, mais 54% appartiennent à l'ensemble de 70 à 79 ans contrairement à 10% au groupe A. Deux répondants ont 80 ans et plus.

L'échantillon n'étant pas représentatif de la population des aînés, nous ne pourrions généraliser les conclusions de notre enquête. Il s'agit plutôt d'une étude exploratoire révélant des tendances à être confirmées lors d'une enquête menée sur une plus grande échelle.

Nous avons plutôt opté pour des groupes dont une certaine proportion d'individus sont susceptibles d'avoir fréquenté au moins occasionnellement des musées. Autrement, il aurait été peu probable que nous aurions pu retirer certaines données utiles à la recherche.

Dans le groupe A, 8% disent avoir un peu de difficulté à se déplacer contre 17% dans le groupe B, en plus de 8% de ce dernier groupe qui affirment avoir beaucoup de difficulté de locomotion.

Pour ajouter un second contrôle à cet égard, une autre question se préoccupant de la fatigue à marcher révèle que 62% n'ont aucun problème à cet égard dans le groupe A par rapport à 38% pour le groupe B. 25% de ce dernier groupe manifeste le besoin de s'asseoir assez souvent et souvent quand seulement 9% du groupe A exprime avoir besoin de le faire assez souvent.

Dans chaque groupe, 25% des répondants disent avoir des problèmes de vision. L'audition est moyenne ou mauvaise dans une proportion de 25% dans le groupe B et de 10% dans le groupe A.

On peut conclure que la station debout et la marche semble plus problématique que les déficiences sensorielles. Cependant, il faut tenir compte du fait qu'un quart des visiteurs aînés risque d'avoir une vision plus ou moins déficitaire et que les plus âgés sont atteints d'une déperdition auditive plus ou moins importante.

Dans la première partie, nous trouvons également les habitudes de voyage et de fréquentation des musées. Adjoignons-y également la question 20 qui porte sur la probabilité de visiter un musée.

Pour ce qui est de l'habitude de voyager, le groupe A l'emporte, puisque 45% disent voyager souvent et 55% parfois. Le groupe B est plus sédentaire, car 80% voyagent parfois, 12% le font souvent et 8% jamais.

8% du groupe A et 13% du groupe B n'ont jamais visité un musée au Québec ou au Canada. À peu près la même proportion dans les deux groupes, soit autour de 70%, en ont visité parfois. C'est aussi dans la même proportion que les répondants affirment visiter des musées quand ils voyagent.

59% du groupe A et 33% du groupe B avouent aimer beaucoup visiter des musées quand 37% du premier groupe et 54% de l'autre groupe n'aiment qu'un peu le faire. On constate alors que les proportions sont inversées d'un groupe à l'autre.

Une visite dure en moyenne deux heures pour 58% et 59% de chacun des groupes. 27% du groupe A et 41% du groupe B se contentent d'une heure et 15% du groupe A la prolonge jusqu'à 3 heures.

La presque totalité du groupe A compte retourner au musée dans l'année tandis que 15 des 24 personnes formant le groupe B manifestent la même intention.

Ces caractéristiques concernant les habitudes muséales montrent une certaine similitude: on visite parfois des musées en voyage au Québec ou ailleurs au Canada et ces visites s'étendent d'une à deux heures. La satisfaction de visiter des musées est plus forte dans le premier groupe en raison de sa composition même et de ses intérêts spontanés. L'âge est un facteur non négligeable dans la proportion des personnes du groupe B qui ne croient pas fréquenter un musée au cours de l'année.

Deuxième partie

La deuxième partie du questionnaire donne l'occasion aux personnes qui y ont répondu d'indiquer leur opinion sur la visite des musées. L'analyse des questions à choix multiples fait

ressortir les réponses données le plus souvent par les deux groupes et nous amène à souligner leurs points de convergence et de divergence.

Nous avons proposé neuf raisons possibles pour lesquelles les aînés vont au musée. Les quatre motifs invoqués le plus souvent sont les mêmes pour les deux groupes, excepté qu'ils ne sont pas dans le même ordre de préférence. Pour le groupe qui poursuit des études, c'est pour se cultiver et pour le groupe plus âgé, il s'agit plutôt de se rappeler le passé et l'histoire. Il est tout aussi important pour ce groupe de s'instruire. Il faut bien remarquer que ce groupe considère pratiquement sur le même pied d'égalité le fait de satisfaire son amour des arts ou de l'histoire ou des sciences, de se rappeler le passé et de s'instruire.

Les deux groupes préfèrent visiter un musée avec un guide. Si le deuxième choix est l'audio-guide pour le groupe A, le groupe B opte plutôt pour un guide en disponibilité qu'on peut consulter. La visite seul et sans guide n'est appréciée que par 12% du groupe A et par le quart de l'autre groupe.

Nous avons ensuite voulu savoir ce qui était le plus apprécié dans les prestations d'un guide. Les deux groupes tombent d'accord sur trois points. Que le guide accueille les visiteurs à leur arrivée au musée, donne quelques informations et les laisse compléter individuellement la visite. Le commentaire sans arrêt des oeuvres ou des objets exposés est la formule qui se situe au sixième et dernier rang pour les deux groupes.

Une question portait sur l'organisation matérielle des salles. Les préférences des deux groupes concordent encore une fois. Ils aiment trouver des exhibits exposés au mur, voir des objets au milieu de la place et visionner des montages audio-visuels dans une salle avec sièges. Les machines électroniques ne sont pas appréciées comme, par exemple, des signaux lumineux commandés par les visiteurs ou les micro-ordinateurs qui proposent des problèmes à résoudre ou qui posent des

questions. Les documents sonores commandés par les visiteurs n'occupent que le quatrième rang dans les deux groupes.

Comme le musée n'est plus uniquement un endroit où l'on ne fait que déambuler, nous avons demandé quelles sont les activités auxquelles les aînés aimeraient participer. Nous constatons encore une fois la grande homogénéité des réponses. Les choix se portent sur l'assistance à une conférence ou l'audition d'un concert au musée et la participation à une rencontre sociale après la visite au musée. Le groupe B place ex aequo, en troisième lieu, les trois choix suivants: assister à une conférence dans un musée, participer à un atelier de production et manipuler des objets. Cette dernière activité arrive au quatrième rang pour le groupe A. Dans les deux groupes, monter une vitrine selon certaines consignes arrive au dernier rang.

Les deux dernières questions laissent perplexe quant à l'interactivité au musée, du moins pour les visiteurs aînés. Ils semblent tenir davantage à leur rôle passif de spectateurs et de visiteurs qu'à celui plus actif d'acteurs.

Nous avons ensuite voulu savoir les bénéfices que retirent les aînés de la visite du musée. Les deux groupes s'entendent pour souligner le fait qu'ils ont une meilleure idée des richesses artistiques, historiques, sociales ou culturelles. À cette prise de conscience s'ajoute le plaisir d'avoir vu de belles choses et le sentiment d'en avoir appris de nouvelles. Voilà des constatations qui soulignent l'apport de l'intellectualité et de l'affectivité.

Les quatrième et cinquième rangs sont occupés par le fait de réfléchir sur le monde et de se souvenir. À l'avant-dernier rang se trouve le sentiment d'être moins déprimé et personne sauf une n'a l'impression d'avoir perdu son temps.

L'analyse de la deuxième partie prend maintenant une nouvelle direction. En effet, la question sur les éléments qu'on aimerait trouver au musée s'ouvrait sur d'autres suggestions possibles et

celle où l'on demande les bénéfices à tirer d'une visite proposait d'ajouter d'autres avantages ou inconvénients. L'une des dernières questions demandaient aux répondants d'écrire ce qu'ils n'aimaient pas dans un musée sans qu'on ne leur propose une liste de réponses. En conclusion de cette partie, nous avons donné la possibilité d'ajouter d'autres commentaires.

À l'occasion de ces questions ouvertes, plusieurs en ont profité pour s'exprimer librement sans toujours respecter à la lettre la nature des questions posées. C'est pourquoi nous avons cru bon de fondre l'ensemble des opinions émises et d'en présenter la synthèse. Elles couvrent les sujets suivants: l'ambiance du musée, le déroulement d'une visite, les conditions matérielles à respecter, l'attente et la foule ainsi que les frais encourus par les visiteurs.

L'ambiance du musée a donné lieu à de nombreuses remarques. D'une part, on se plaint de la froideur et de l'austérité des lieux que l'on compare à un monastère ou à une chapelle. Le musée gagnerait alors à devenir plus vivant, plus chaleureux, contemporain même. Il est suggéré pour cela que les rencontres avec les guides soient animées et qu'elles soient suivies d'une conversation complémentaire à la visite. Pour détendre l'atmosphère, on aimerait entendre de la musique en sourdine. D'autre part, le musée est-il un endroit trop silencieux, puisque plusieurs y déplorent un milieu bruyant; un bavardage inutile et des conversations à haute voix sur d'autres sujets que celui de la visite. Il y a aussi ceux qui sont tentés de toucher à tout, de manger au cours d'une visite ou de photographier à l'aide du flash sans autorisation. Quelques uns souhaitent même que des consignes de comportement soient rappelées aux visiteurs avant d'entreprendre la visite d'une exposition.

Le déroulement d'une visite a donné lieu à un certain nombre d'observations. D'abord, on rappelle l'importance de présenter un document audio-visuel sur la visite pour en bénéficier davantage. Nous constatons que ce point de vue n'est pas endossé par des responsables de l'animation au musée.

Pour éviter le manque ou l'insuffisance d'informations, on souhaite avoir recours à une brochure explicative comportant des reproductions, ce qui n'empêche la présence d'un guide qui évite les commentaires arides et les descriptions trop longues. Mais qu'il situe dans le temps et l'époque ce que l'on voit. Il importe que les objets soient toujours bien identifiés et que les indications murales aident à se diriger correctement.

Les audio-guides doivent faire l'objet d'une vérification régulière pour s'assurer de leur bon fonctionnement, sans quoi mieux vaudrait abandonner cette façon d'informer les visiteurs.

La longueur d'une visite doit s'adapter à la condition des visiteurs. Trop longue, l'intérêt peut baisser. Il est prudent de faire une pause pour permettre à ceux qui le désirent de s'asseoir et de se reposer.

Un grand nombre d'aînés déplorent les files d'attente lors des grandes expositions. La foule les fatigue et l'impression de bousculade les insécurise. La circulation trop dense à l'intérieur du musée et la station debout et immobile qui se prolonge trop longtemps sont susceptibles d'indisposer. Il serait donc prudent de réserver des plages horaires et des jours de la semaine où la densité des visiteurs est moins forte. Ces renseignements doivent être indiqués dans la publicité.

Les aînés sont particulièrement sensibles aux conditions matérielles. Le manque d'éclairage, une température trop élevée et la piètre qualité de l'air peuvent les affecter. Ils apprécient la présence de bancs en nombre suffisant et bien distribués dans le musée.

Les aires de repos doivent être prévues, la cafétéria bien localisée et les fontaines réparties en divers endroits. Enfin, certains musées sont plus accessibles que d'autres à cause des pentes parallèles à des escaliers.

Plusieurs regrettent le prix élevé de l'admission au musée. Ils recommandent qu'il y ait des rabais pour leur catégorie d'âge, du moins à certains jours de la semaine. Mais, il faudrait éviter que tous les musées d'une ville le fassent la même journée. La cafétéria devrait offrir des boissons et des aliments à prix populaire et que le magasin ait des volumes et des reproductions accessibles à toutes les bourses.

Même si toutes les remarques que nous avons relevées n'apparaissent pas à la même fréquence, nous croyons qu'elles méritaient d'être soulignées, afin de nous en rendre conscients dans l'organisation et le fonctionnement d'un musée.

Troisième partie

La troisième partie analyse les choix faits par les aînés concernant les éléments de la thématique prévue au Musée de la Nouvelle-France.

Pour chacun des 51 sujets de la thématique qui sont codés dans le sondage de 83 à 133, les répondants pointaient NON, PEU ou BEAUCOUP, pour exprimer leur niveau d'intérêt. Nous avons effectué séparément la sommation des choix pour le groupe A et pour le groupe B. Ces résultats sont présentés à l'annexe 2 et à l'annexe 3.

Dans les énumérations qui suivent, les numéros de code apparaissant entre parenthèses facilitent le repérage des thèmes dans les annexes précitées.

Neuf des thèmes intéressent BEAUCOUP 50% et plus des répondants des deux groupes.

En voici la liste:

Les lieux d'origine des habitants de la Nouvelle-France	(85)
Les lieux où la population française s'est établie en Amérique du Nord	(89)
Se nourrir	(111)
S'abriter	(113)
Se chauffer	(114)
S'éclairer	(115)
La langue écrite, les lettres	(118)
Le théâtre officiel, la littérature, la musique	(132)
Les chansons, les danses et les bals, les veillées, la vie de salon	(133)

Complémentairement à cela, neuf autres sujets intéressent BEAUCOUP et en exclusivité 50% et plus du groupe A. Ce sont:

Le territoire découvert, occupé ou revendiqué par la France en Amérique du Nord	(83)
La généalogie	(88)
Les relations avec les autres colonies	(102)
Défricheur et habitant	(108)
S'habiller	(112)
Les déplacements: les circuits vers la France, la Nouvelle-France, les Antilles	(116)
La peinture et la sculpture	(121)
La famille et le voisinage	(126)
Lieux et moments de rassemblements: fêtes, charivaris, pèlerinages, quais, marchés	(128)

Au total, le groupe A a donc indiqué dix-huit thèmes pour lesquels il a manifesté un vif intérêt.

Pour ce qui est du groupe B, 50% et plus ont signalé quatre thèmes qui les intéressent BEAUCOUP et qui n'apparaissent pas dans la liste de l'autre groupe. Les voici:

Artisan et paysan	(105)
La langue française parlée	(119)
La protection publique: police, milice, lutter contre les incendies, la pauvreté	(124)
Les professions libérales: notariat, arpentage, médecine et chirurgie	(125)

Treize sujets intéressent donc BEAUCOUP 50% et plus des aînés formant le groupe B.

À l'inverse, signalons les sujets qui intéressent BEAUCOUP une faible proportion des répondants, soit moins du tiers d'entre eux. Il s'agit de moins de 20 personnes dans le groupe A et de moins de 8 personnes dans le groupe B. Ces sept thèmes sont les suivants:

Le cadre administratif: l'administration gouvernementale	(93)
Le découpage administratif: les gouvernements locaux	(94)
Le système judiciaire	(99)
Coureur de bois	(106)
Pêcheur	(107)
Militaire	(110)
Les langues amérindiennes	(120)

Dans le groupe A, un seul autre sujet a BEAUCOUP intéressé moins de 20 personnes. Il s'agit de l'encadrement religieux: les paroisses, les confréries, le catéchisme (131)

Quant au groupe B, quinze thèmes intéressent BEAUCOUP moins de 8 personnes. Si l'on avait pris comme critère moins de 7 personnes plutôt que 8, on ne compterait dans liste que huit

thèmes au lieu de quatorze. Les sept qui en seraient éliminés portent un astérisque dans la liste qui suit.

Le territoire découvert, occupé ou revendiqué par la France en Amérique du Nord	(83*)
Le cadre politique: le gouvernement	(90)
Le cadre juridique: la justice	(91)
Les statuts des personnes: homme, femme, enfant, bâtard, esclave, émancipé, sauvage	(92*)
Le cadre religieux: l'organisation religieuse	(96*)
Le système des compagnies	(97)
Le système seigneurial	(98*)
La géopolitique extensive: les explorations en rapport avec les ressources	(100)
Les communautés religieuses d'hommes et de femmes	(103*)
Missionnaire	(109*)
Les déplacements: les circuits vers la France, la Nouvelle-Angleterre, les Antilles	(116*)
Les moyens de déplacements: canot, bac, raquettes, toboggan, etc.	(117)
La peinture et la sculpture	(122)
Lieux et moments de rassemblements: fêtes, charivaris, pèlerinages, quais, marchés	(128)
Les rapports d'autorité et de force: seigneur, censitaires, curé et paroissiens, artisan et apprentis, etc.	(129)

Il en résulte que moins de 20 des 59 aînés du groupe A disent aimer BEAUCOUP huit thèmes tandis que moins de 8 des 24 personnes du groupe B affirment aimer BEAUCOUP 21 des 51 thèmes. Si l'on avait pris comme critère moins de 7 personnes plutôt que moins de 8 personnes, on ne compterait au total que 14 plutôt que 21 thèmes. Il faut donc interpréter de la façon suivante ce qui précède. Moins du tiers du groupe A apprécie sans réserve huit thèmes quand la même proportion du groupe B en font autant pour 14 à 21 des thèmes proposés.

Les faits exposés précédemment font ressortir que ce qui intéresse davantage les aînés sont les lieux d'origine, les lieux d'implantation, les faits de la vie quotidienne, l'expression écrite et artistique de même que les fêtes. À l'inverse, sont moins appréciés les thèmes à caractère administratif, les langues amérindiennes qui leur sont inconnues de même que les carrières de coureur de bois, de pêcheur et de militaire qui sont étrangères à l'expérience de la plupart des répondants. Notons qu'il s'agit de professions masculines quand la plupart des aînés qui ont participé à l'étude sont du sexe féminin.

Il est à noter que quatre des sept thèmes les moins valorisés par le groupe B, soit ceux qui ne sont pas accompagnés d'un astérisque dans la dernière liste, se rapportent au domaine politique ou administratif.

Il est compréhensible que le nombre de thèmes qui intéressent beaucoup soit plus nombreux dans le groupe A, puisque ces personnes ont déjà fait la démarche de poursuivre de nouveau des études collégiales ou universitaires.

L'enquête menée auprès des personnes aînées avait pour but de les mieux connaître en relation avec leurs habitudes muséales. Puis, on a obtenu des réponses sur les motifs qui les conduisent au musée. Ils ont fourni des indications utiles sur la présence du guide et leurs attentes à son égard. Nous savons mieux les genres d'activités qui leur conviennent davantage. Le sondage a aussi porté sur les bénéfices à retirer d'une visite. Les répondants ont eu l'occasion de donner leur opinion sur des questions variées, particulièrement sur l'ambiance propre au musée. Enfin, la dernière partie de l'enquête donne un éclairage important sur les éléments de la thématique qui semblent les plus appréciés.

L'enquête sur les personnes aînées et la fréquentation du musée fournit des données objectives sur cette catégorie de visiteurs auxquels le Musée de la Nouvelle-France désire apporter une

attention spéciale. Leurs réponses et leurs commentaires orientent la discussion de manière à éviter de s'en tenir à des considérations générales et à des déductions purement théoriques s'appliquant aux personnes âgées.

Nous croyons qu'un sondage de même nature pourrait s'adresser à la population dans son ensemble. Il apporterait des renseignements sur les habitudes muséales et les préférences des québécois au sujet de la visite d'un musée. Cette opération servirait également à vérifier la pertinence des thèmes à exploiter aux Musée de la Nouvelle-France.

Synthèse des résultats

L'étude portant sur les aînés et la fréquentation des musées s'est déroulée selon trois volets: une étude théorique, une série d'entrevues auprès de responsables de musées et une enquête s'adressant à des personnes aînées. Ces approches variées et complémentaires servant à cerner une même problématique donnent plus d'assurance et de crédibilité à la synthèse qui se dégage des diverses analyses. Si les révélations sensationnelles se font plutôt rares, les constatations qui s'imposent sont issues de la littérature sur le sujet, de personnes compétentes dans les questions muséales et des personnes aînées elles-mêmes.

Comme il existe certains recouvrements d'une partie à l'autre, nous regrouperons les principales idées à retenir dans l'ordre suivant: les personnes aînées, le musée, les exhibits, le guide, et la publicité.

Les aînés

Les aînés ont le droit aux services offerts par les musées, particulièrement le Musée de la Nouvelle-France, parce qu'ils ont payé des impôts durant toute leur vie pour subvenir, entre autres, à la diffusion de la culture. Maintenant qu'ils en ont le loisir, il sied que les musées s'appêtent à les inviter et à les recevoir.

Loin de les considérer comme des gens plus ou moins capables au plan intellectuel, les recherches confirment qu'ils sont tout aussi habiles que quiconque, à la condition de faire appel à leur souvenir et à leur expérience de vie.

Le musée doit tenir compte de cette clientèle dont les capacités physiques peuvent être amoindries. En général la station debout les fatigant plus ou moins rapidement, les aînés

ressentent le besoin de s'asseoir assez souvent. Certains éprouvent quelque difficulté de locomotion ou des problèmes, soit de vision, soit d'audition.

Ils aiment bien regarder, mais aussi s'exprimer et toucher à des objets. Ils souhaiteraient entendre une conférence ou un concert dans le cadre du musée.

Les visiteuses âgées sont plus nombreuses que les visiteurs. Il faut donc développer des stratégies pour attirer ces derniers ainsi que les couples.

Les aînés ne forment pas une classe homogène. On doit mieux définir les sous-groupes déjà identifiés de façon empirique et développer des programmes adaptés aux uns et aux autres.

Le musée

Les aînés se plaignent que les musées gardent trop une ambiance sévère. Ils préféreraient une atmosphère plus attrayante et détendue. Le message y est clair.

La taille normale des groupes de visiteurs est de 8 à 15, le nombre idéal étant de 12 personnes. Les visites durent entre une heure et une heure et demie, avec une pause à la moitié du parcours. Mieux vaut s'adapter à la condition des visiteurs, à leur rythme et à leur intérêt que de se fixer un temps strict.

Le musée doit veiller avec une attention soutenue au bien-être affectif et physique des visiteurs âgés. Au plan affectif, il faut les accueillir de façon personnalisée et découvrir rapidement leurs points d'intérêt. Dès l'abord, on gagne à leur fournir les informations qui les aident à se diriger dans le musée et les explications qui préviennent les critiques.

Veiller au bien-être physique, c'est créer les conditions d'une visite agréable. Déclinons simplement une série de commodités essentielles: des bancs répartis dans les aires d'exposition, des fontaines le long du parcours, des salles de toilette situées à des endroits facilement accessibles, des allées et des aires prévues pour des fauteuils roulants, des vitrines disposées à une hauteur convenable pour les visiteurs en fauteuils roulants, des pentes parallèles aux escaliers, un vestiaire pas trop éloigné de l'entrée de l'exposition, un éclairage suffisant au niveau du plancher, des couvre-planchers souples et antidérapants, des étiquettes avec des caractères assez gros, des aires de repos avec fauteuils et une cafétéria accueillante.

Cette longue énumération, si prosaïque soit-elle, n'en constitue pas moins les conditions qui préviennent l'inconfort et favorise un séjour enrichissant au musée de même qu'une attention spontanée et soutenue pendant la visite.

La visite d'une exposition

Une exposition sera réussie si, en présentant des faits historiques, on s'appuie sur l'expérience des visiteurs aînés, c'est-à-dire sur ce qu'ils connaissent déjà. Le passé et le présent rejoignent aussi la préoccupation du futur, parce que les aînés sont conscients d'être un maillon de la société et s'inquiètent pour leurs petits-enfants de ce que sera le monde de demain. Il vaut mieux coller à la réalité psychologique, sociale et matérielle de la vie des gens pour les toucher puis les instruire, que de se centrer sur des concepts étrangers à leur vécu. À ce sujet, on tiendra compte des thèmes qui intéressent la majorité des aînés questionnés dans le sondage.

Si les éléments de confort matériel au musée sont une condition de succès, il en est de même pour la sollicitation des sens. Les aînés aiment regarder, manipuler et aussi dire leur opinion. Mais ils sont intimidés par la technique informatique. En général, ils craignent de donner une mauvaise réponse.

Ils préfèrent souvent assister à une démonstration ou à une dramatisation de façon passive plutôt que de devenir acteur.

Les documents audio-visuels servent à de multiples usages. Ils trouvent leur utilité durant une pause dans une aire de repos. Les agrandissements aident à mieux observer des artefacts de petite taille ou les détails d'une oeuvre.

Dans la préparation des expositions, il importe de faire des programmes orientés vers diverses clientèles d'aînés. Pensons à des thèmes pour capter l'intérêt des couples, des hommes, des milieux ouvriers et agricoles, des anglophones, des ethnies, des fonctionnaires retraités, des techniciens, des professionnels et de ceux qui ont repris des études.

Comme certaines thématiques peuvent heurter les valeurs ou les croyances des aînés, veillons à ce que d'autres éléments leur plaisent.

Comme ils apprécient être reçus en groupe autour d'un café à la fin d'une visite, c'est l'occasion de faire un retour sur l'activité pour savoir ce qui est préféré et ce qui a pu l'être moins. La critique de l'utilisateur fait prendre conscience des correctifs à appliquer, du moins des erreurs à éviter.

Le responsable de la visite des aînés

Si le Musée de la Nouvelle-France croit qu'il faille investir des ressources pour attirer les personnes âgées, il prévoira la nomination d'un responsable chargé de toutes les opérations se rapportant à leur présence au musée. Le travail ne manquera pas à la condition de fournir les moyens de faire connaître le musée, d'entrer en contact avec les médias qui s'adressent à eux et

avec les organismes qui les regroupent. Pour assurer l'arrimage entre le musée et la population visée on veillera à former un comité aviseur composé d'aînés venant de différents milieux.

Le guide

Les aînés préfèrent la présence d'un guide à tout autre mode de visite. Il serait normal que des guides se spécialisent pour cette clientèle et acquièrent des connaissances en gérontologie. Retenons la nécessité d'un accueil chaleureux et personnalisé et d'exposés assez brefs qui se poursuivent sous la forme d'une conversation faisant appel à la compétence des visiteurs. Il faut leur laisser le temps de regarder et d'exprimer leurs commentaires.

La publicité

Une publicité ciblée demeure le moyen privilégié de faire connaître le musée aux aînés. Il existe des périodiques spécialisés pour eux comme *Le Temps de vivre* et *Senior Citizen*, mais aussi les grands quotidiens. Il serait habile d'intéresser au musée des journalistes retraités qui ont encore leurs entrées dans les colonnes des journaux ou des revues à grand tirage.

À la radio et à la télévision, des émissions hebdomadaires sont destinées aux aînés. Ce sont des tribunes à haute cote d'écoute où le musée peut faire connaître ses activités et lancer ses invitations. Il serait aussi possible que certaines de ces émissions se réalisent dans le musée même.

Il faut établir la liste des associations de retraités, des clubs de l'âge d'or et des centres d'accueil auxquels faire parvenir des feuillets publicitaires. Que ces imprimés soient adaptés aux destinataires plutôt que d'être impersonnels.

Les directeurs de ces organismes ont surtout des préoccupations d'ordre administratif. C'est pourquoi on suggère d'obtenir le nom des responsables des loisirs ou des activités culturelles qui sont chargés d'organiser les visites et les voyages.

Rien de mieux que les contacts personnels. En sollicitant des groupes à visiter le musée, pourquoi ne pas leur offrir une causerie accompagnée d'un diaporama ou d'une bande vidéo sur le musée ou l'exposition en cours. Après le passage d'un groupe au musée, une visite ou un appel téléphonique à l'accompagnateur montre l'intérêt qu'on lui accorde et fournit une rapide rétroaction.

Les agences de voyage considèrent les retraités comme une clientèle potentielle dont le nombre s'accroît rapidement. Rencontrer les représentants de ces maisons d'affaires permettraient de conclure des ententes pour que l'arrêt au musée fasse partie des tours organisés.

De plus en plus d'expositions et de congrès sollicitent les personnes de cinquante ans et plus. Si le musée se joint systématiquement à ces manifestations, il pourra inscrire la visite du musée comme activité officielle et y amener des gens qui ne penseraient pas le visiter. Si leur passage au musée leur plaît, ils deviendront les meilleurs relais publicitaires dans leur région et auprès de leurs parents et amis.

Cette synthèse ne retient pas les détails et les nuances contenus dans chacune des trois parties de la présente étude. Cependant, on y trouve réunies en un ensemble cohérent et concis, les questions essentielles qui se sont posées en regard du Musée de la Nouvelle-France et de sa fréquentation par les personnes âgées.

Prolongement de la recherche

Suite à cette étude sur les aînés et la fréquentation des musées, il nous apparaît plus clairement que des recherches ultérieures permettraient de préciser certains aspects particuliers. Nous présenterons quelques orientations qu'il serait bon d'explorer.

D'abord, une recherche sur les modes d'organisation d'une visite effectuée avec des personnes aînées ferait mieux connaître leur comportement en milieu muséal et les bénéfices différents qu'elles en retireraient. Il s'agirait de comparer une visite faite avec un guide conventionnel ou avec un guide servant simplement de personne ressource, une visite utilisant le solo-guide ou une brochure explicative ou encore une visite faite sans guide. Une telle étude s'ajouterait à celles qui sont déjà en cours avec des étudiants adultes à la faculté des Sciences de l'éducation de l'Université de Montréal.

Au sujet des classes sociales d'aînés qui visitent les musées, on en aurait une connaissance plus sûre si on faisait une enquête sur le sujet dans quelques musées à diverses périodes de l'année, particulièrement au moment où l'affluence est la plus grande.

La thématique préliminaire gagnerait à être testée auprès de groupes particuliers de retraités pour vérifier la véracité de l'hypothèse selon laquelle les intérêts varient de façon notable de l'un à l'autre.

Il serait instructif de poursuivre l'étude sur la thématique préliminaire du Musée de la Nouvelle-France en s'adressant à des échantillons de la population couvrant les différentes catégories d'âges. Nous saurions s'il existe une grande homogénéité d'intérêt ou si les thèmes préférés varient selon l'âge.

Conclusion

La recherche sur les personnes âgées et la fréquentation des musées a été menée selon trois avenues différentes: un aperçu sur le musée et les aînés, un rapport d'entrevues avec des responsables de musées et une enquête auprès des personnes âgées. La synthèse livre les résultats majeurs qui ressortent du croisement des informations recueillies. Pour terminer, nous avons indiqué quelques orientations de recherche qui se situeraient en prolongement de celle-ci.

La Société pour le développement du Musée de la Nouvelle-France a raison de consacrer des travaux portant sur les visiteurs aînés, car cette portion de la population mérite qu'on la prenne en considération. Elle est capable d'être active à condition qu'on lui donne la place qui lui revient dans notre société. Le Québec d'aujourd'hui s'est construit du labeur de nos devanciers à qui rendre hommage pendant qu'ils sont encore vivants, en leur ouvrant les portes de cette maison de la culture que sera le Musée de la Nouvelle-France.

Le Musée de la Nouvelle-France exercera son attraction à condition de bien recevoir les aînés, de leur accorder toute l'attention voulue et de leur présenter des objets de collections qui les intéressent. Ces visiteurs satisfaits demeurent l'un des meilleurs investissements publicitaires.

BIBLIOGRAPHIE

- DANSEREAU-DORAIS, Suzanne (1991), "Les aînés, les personnes âgées et les vieux: une nouvelle segmentation?", dans À propos des approches didactiques au musée, Montréal.
- DAVIS, R.H. et DAVIS, J.A. (1985), TV's image of the Elderly: a practical Guide for Change, Toronto: D.C. Health and Company.
- FOURNIER, Marcel (1987), "Le musée: l'art de se distinguer", dans Revue Parachute, avril-mai: 89-93.
- GAGNÉ, Rosaire et Associés (1984), Étude démographique pour le musée de la civilisation, Québec: Ministère des affaires culturelles.
- HUDSON, R. (1977), Museum for the 1980's: a survey of world trends. British Library, UNESCO, Londres.
- LAMARCHE, Hélène (1985), "Le potentiel éducatif des musées: détermination d'un modèle approprié aux musées", dans Actes du colloque Musée et Éducation: modèles didactiques d'utilisation des musées, Montréal: Université du Québec à Montréal, 64-67.
- LEFEBVRE, André (1991), "Expérimentation de quelques types de visite de lieux muséaux par des enseignants", dans À propos des approches didactiques au musée, Montréal.
- LEFEBVRE, André (1988), "Les enseignants et les musées", dans McLennan James L. et Taylor William H. (éds), Les Actes du 7e Congrès Annuel, Calgary: Faculty of Continuing Education, The University of Calgary, 172-176.
- LEFEBVRE, Bernard (1991), "Le visiteur, le guide et l'éducation", dans la Revue canadienne d'éducation, (à paraître).

- LEFEBVRE, Bernard et LEFEBVRE, Hélène, "Le visiteur de musée", dans McLennan James L. et Taylor William H. (éds). Les Actes du 7e Congrès Annuel, Calgary: Faculty of Continuing Education, The University of Calgary, 177-181.
- LEFEBVRE, Bernard (1991), "Les bénéfices d'ordre émotif, affectif et inventif des visiteurs de musée", dans À propos des approches didactiques au musée, Montréal.
- LEFEBVRE, Bernard (1988-1989). "Le retour aux études des personnes âgées", dans Lefebvre, Hélène et Lefebvre, Bernard (éds). L'école et la personne âgée. Montréal: Faculté des sciences de l'éducation, Université de Montréal, 50-56.
- LEFEBVRE, Bernard (1985), "Commentaires sur le thème: La mise en place de modèles didactiques d'utilisation des musées: implications pour le monde des musées", dans Actes du colloque Musée et éducation: modèles didactiques d'utilisation des musées, Montréal: Université du Québec à Montréal, 69-70.
- LEFEBVRE, Hélène (1988-1989), "Le loisir au troisième âge: un point d'ancrage pour la personne", dans Lefebvre, Hélène et Lefebvre, Bernard (éds), L'école et la personne âgée, Montréal: Faculté des sciences de l'éducation, Université de Montréal, 57-70.
- LOWENTHAL, M.F. et ROBINSON, B. (1976), "Social Network and Isolation", dans R. Binstock and E. Sharras (Eds), Handbook of aging and the social sciences, N.Y.: Van Nostrand Reinhold.
- McCLUSKY, H.Y. (1973), "Education and aging", dans Hendrickson, A. (Ed), A Manual on Planning Education Programs for Older Adults, Tallahassee: Department of Adult Education, Florida State University.

- MONTPETIT, Raymond (1985), "Du musée des connaisseurs à celui des spectateurs", dans Actes du colloque Musée et Éducation: modèles didactiques d'utilisation des musées, Montréal: Université du Québec à Montréal, 56-58.
- MUSÉE DE LA CIVILISATION DU QUÉBEC (1985), Estimation du potentiel de visiteurs, Document de travail.
- NUSBERG, C.E. (1982), "Education of opportunities for the elderly in industrialized countries outside the United States", dans Educational Gerontology, 8: 395-409.
- REIKO, W.S. (1985), "Education and the aged: Social and conceptual changes in Japan", dans Educational Gerontology, 11: 277-293.
- SEARS, H. (1976), Communicating with the Museum Visitor - Guidelines for Planning, Toronto: The Royal Ontario Museum.

ANNEXE I

Liste des personnes et organismes consultés

Allard, Thérèse. Résidence Thérèse-Casgrain, Ste-Rose.

Aubin, Suzanne. Guide pour Air India, Chronique de voyage à CKAC.

Bergeron, Carole. Musée de la Civilisation, Québec.

Bousquet, Martine. Collège Marie-Victorin.

Charbonneau, Pauline, Université du Québec à Montréal

Dansereau-Dorais, Suzanne. Musée de la Monnaie.

Dupuis, Yvon. Yvon Dupuis Voyages Inc.

Gauthier, Anne. Musée des beaux-arts de Montréal.

Lamarche, Hélène. Musée des beaux-arts de Montréal.

LeBourdais Jocelyne. Université du Québec à Montréal.

Lemieux, André. Université du Québec à Montréal.

Martel, Josée. Musée canadien des civilisations.

Parmentier, Suznne. Musée du Chateau Ramezay.

Tardif, Céline. Musée de la Monnaie.

Vadeboncoeur, Guy. Musée David-M.-Stewart.

S'ajoutent à cette liste les quatre-vingt-trois personnes qui ont répondu au sondage.

ANNEXE 2

Enquête auprès des aînés inscrits à un programme post-secondaire

PERSONNES ÂÎNÉES ET FRÉQUENTATION DES MUSÉES

Première partie

Un musée sur la Nouvelle-France est en voie de préparation à Québec. Afin d'orienter les personnes chargées de son développement, nous faisons une étude sur les attentes des aînés lorsqu'ils visitent des musées. Tous les renseignements recueillis demeureront confidentiels et ne serviront qu'à la présente recherche.

La première partie du questionnaire permet d'identifier les caractéristiques des personnes qui y répondront.

		Pourcent	
1. Le répondant est un homme ou une femme	F	86	1
	H	14	2
2. Mon âge se situe entre	50 et 59 ans	39	3
.....	60 et 69 ans	51	4
.....	70 et 79 ans	10	5
.....	80 et plus	0	6
.....			
3. J'ai de la difficulté à me déplacer	Non	92	7
	Un peu	8	8
	Beaucoup	0	9
4. Ma vision est :	bonne	79	10
.....	moyenne	18	11
.....	mauvaise	3	12
.....			
5. Mon audition est :	bonne	90	13
.....	moyenne	9	14
.....	mauvaise	0	15
.....			
6. La marche me fatigue	Non	62	16
	Un peu	35	17
	Beaucoup	3	18

		Pourcent	
7.J'ai besoin de m'asseoir	De temps à autre	91	19
	Assez souvent	9	20
	Souvent	0	21
8. Je voyage	Jamais	0	22
	Parfois	55	23
	Souvent	45	24
9.J'ai déjà visité des musées au Québec ou au Canada	Jamais	8	25
	Parfois	66	26
	Souvent	26	27
10. je viste des musées	Quand je voyage, Jamais	5	28
	Parfois	69	29
	Souvent	26	30
11.J'aime visiter des musées	Non	7	31
	Un peu	37	32
	Beaucoup	59	33
12.En moyenne, une visite de musée dure	1 heure	27	34
	2 heures	58	35
	3 heures	15	36

Deuxième partie

La deuxième partie du questionnaire vous donne l'occasion d'indiquer votre opinion sur la visite des musées.

Vous pouvez marquer d'un (.) plus d'un choix, si vous le désirez.

	Fréquence des choix	
13. Les raisons pour lesquelles je vais au musée :		
me changer les idées	9	37
faire une sortie	11	38
m'instruire.....	37	39
me cultiver.....	47	40
rencontrer des amis.....	5	41
voir des gens.....	5	42
me comprendre mieux moi-même.....	7	43
me rappeler le passé, l'histoire.....	38	44
satisfaire mon amour des arts ou de l'histoire ou des sciences.....	39	45

14. Je préfère visiter un musée :

avec un guide	32	46
seul et sans guide.....	7	47
avec un guide en disponibilité que je peux consulter.....	26	48
avec un audio-guide.....	28	49

15. J'apprécie qu'un guide :

nous accueille à l'entrée du musée.....	28	50
nous présente lui-même le musée.....	20	51
nous présente le musée à l'aide d'un document audio-visuel	25	52
commente sans arrêt les oeuvres ou les objets exposés.....	11	53
donne quelques explications et répondent davantage à mes questions.....	36	54
laisse du temps pour compléter individuellement la visite.....	41	55

16..... Dans un musée, j'aimerais trouver les éléments suivants :

	Fréquence des choix	
les exhibits exposés au mur ou dans des vitrines.....	38	56
les objets au milieu de la place où je circule.....	28	57
des montages audio-visuels dans une salle avec des sièges.....	39	58
des documents sonores commandés par les visiteurs.....	17	59
des signaux lumineux commandés par les visiteurs.....	9	60
des micro ordinateurs qui proposent des problèmes		

à résoudre ou posent des questions	14	61
D'autres suggestions		

17. J'aimerais participer aux activités suivantes :

manipuler des objets qui sont exposés.....	18	62
monter une vitrine selon certaines consignes.....	4	63
participer à un atelier de production	13	64
assister à une conférence dans un musée	39	65
assister à un concert dans un musée.....	29	66
participer à un échange après une visite de musée dans un contexte social.....	26	67

18. Après une visite de musée :

j'ai l'impression d'avoir perdu mon temps.....	0	68
je suis content(e) d'avoir vu de belles choses.....	42	69
je me suis rappelé(e) mon jeune temps.....	17	70
je me suis souvenu(e) de l'ancien temps, de faits historiques.....	29	71
j'ai appris(e) de nouvelles choses	41	72
je me sens plus en forme	11	73
je me sens moins déprimé(e).....	10	74
j'ai un meilleur estime de moi-même.....	13	75
je réfléchis sur le monde.....	31	76
j'ai de nouvelles idées sur moi et sur le monde.....	21	77
j'ai une meilleure idée des richesses artistiques, historiques sociales ou culturelles.....	44	78
D'autres avantages ou inconvénients		

Fréquence
des choix

19. Ce que je n'aime pas dans un musée :

20. J'ai envie de retourner au musée dans : une semaine	5	79
un mois	19	80
trois mois	18	81
un an	16	82

21. D'autres commentaires :

Aînés inscrits à un programme post-secondaire

MUSÉE DE LA NOUVELLE-FRANCE

**PROPOSITION DE THÉMATIQUE PRÉLIMINAIRE
UN MONDE NOUVEAU**

Marquez votre choix par un (,)	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Le territoire découvert, occupé ou revendiqué par la France en Amérique du Nord	1	12	39	(83)
Les nations autochtones	3	20	25	(84)
Les lieux d'origine des habitants de la Nouvelle-France	1	8	42	(85)
Les grosses familles	3	21	24	(86)
Mariages, naissances, décès	6	15	26	(87)
La généalogie	1	12	33	(88)
Les lieux où la population française s'est établie en Amérique du Nord	4	11	32	(89)
Le cadre politique : le gouvernement	5	11	23	(90)
Le cadre juridique : la justice	5	17	22	(91)
Les statuts des personnes : homme, femme, enfant, bâtard, esclave, émancipé, sauvage	6	9	32	(92)

	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Le cadre administratif : l'administration gouvernementale	5	24	18	(93)
Le découpage administratif : les gouvernements locaux	7	23	15	(94)
Le cadre économique : l'économie	4	16	29	(95)
Le cadre religieux : l'organisation religieuse	2	20	25	(96)
Le système des compagnies	9	18	27	(97)
Le système seigneurial	2	17	26	(98)
Le système judiciaire	2	26	18	(99)
La géopolitique extensive : les explorations en rapport avec les ressources	4	16	24	(100)
Alliances avec les Amérindiens	3	14	29	(101)
Les relations avec les autres colonies	3	14	30	(102)
Les communautés religieuses d'hommes et de femmes	0	17	27	(103)
Nobles et bourgeois	3	16	29	(104)
Artisan et paysan	0	14	23	(105)
Coureur de bois	2	19	20	(106)
Pêcheur	3	21	19	(107)

	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Défricheur et habitant	2	14	32	(108)
Missionnaire	0	21	22	(109)
Militaire	5	23	14	(110)
Se nourrir	1	13	33	(111)
S'habiller	2	14	32	(112)
S'abriter	1	11	35	(113)
Se chauffer	1	12	32	(114)
S'éclairer	2	12	33	(115)
Les déplacements : les circuits vers la France, la Nouvelle-Angleterre, les Antilles	1	10	33	(116)
Les moyens de déplacement : canot, bac, raquettes, toboggan, etc.	2	16	29	(117)
La langue écrite, les lettres	1	13	35	(118)
La langue française parlée	0	6	44	(119)
Les langues amérindiennes	6	22	16	(120)
La peinture et la sculpture	2	7	40	(121)
Les cloches	3	19	22	(122)

Ses sujets m'intéressent
Non Peu Beaucoup

Les grands services publics, la voirie, les hopitaux, les écoles et les collèges, l'Église, les tribunaux	2	20	27	(123)
La protection publique : police, milice, lutter contre les incendis, la pauvreté	3	22	21	(124)
Les professions libérales : notariat, arpentage, médecine et chirurgie	4	20	26	(125)
La famille et le voisinage	2	17	30	(126)
Européens et Amérindiens	2	21	26	(127)
Lieux et moments de rassemblements : fêtes, charivaris, pèlerinages, quais, marchés	1	15	34	(128)
Les rapports d'autorité et de force : sergneur- censitaires, curé-paroissiens, artisan-apprentis, etc.	3	19	25	(129)
Événements : les temps de la vie, miracles et ex-voto	4	18	25	(130)
L'encadrement religieux : les paroisses, les confréries, le catéchisme	3	23	20	(131)
Le théâtre officiel, la littérature, la musique	0	11	39	(132)
Les chansons, les danses et les bals, les veillées, la vie de salon	1	8	38	(133)

Vous pouvez suggérer d'autres thèmes sur la Nouvelle-France.

ANNEXE 3

Enquête auprès des aînés ne suivant pas de cours

PERSONNES AÎNÉES ET FRÉQUENTATION DES MUSÉES

Première partie

Un musée sur la Nouvelle-France est en voie de préparation à Québec. Afin d'orienter les personnes chargées de son développement, nous faisons une étude sur les attentes des aînés lorsqu'ils visitent des musées. Tous les renseignements recueillis demeureront confidentiels et ne serviront qu'à la présente recherche.

La première partie du questionnaire permet d'identifier les caractéristiques des personnes qui y répondront.

		Pourcent	
1. Le répondant est un homme ou une femme	F	79	1
	H	21	2
2. Mon âge se situe entre	50 et 59 ans	8,5	3
	60 et 69 ans	29	4
	70 et 79 ans	54	5
	80 et plus	8,5	6
3. J'ai de la difficulté à me déplacer	Non	75	7
	Un peu	17	8
	Beaucoup	8	9
4. Ma vision est :	bonne	75	10
	moyenne	25	11
	mauvaise	0	12
5. Mon audition est :	bonne	75	13
	moyenne	25	14
	mauvaise	0	15
6. La marche me fatigue	Non	38	16
	Un peu	50	17
	Beaucoup	12	18

		Pourcent	
7. J'ai besoin de m'asseoir	De temps à autre	75	19
	Assez souvent	12,5	20
	Souvent	12,5	21
8. Je voyage	Jamais	8	22
	Parfois	80	23
	Souvent	12	24
9. J'ai déjà visité des musées au Québec ou au Canada	Jamais	13	25
	Parfois	70	26
	Souvent	17	27
10. Quand je voyage, je visite des musées	Jamais	16,5	28
	Parfois	67	29
	Souvent	11,5	30
11. J'aime visiter des musées	Non	13	31
	Un peu	54	32
	Beaucoup	33	33
12. En moyenne, une visite de musée dure	1 heure	41	34
	2 heures	59	35
	3 heures	0	36

Deuxième partie

La deuxième partie du questionnaire vous donne l'occasion d'indiquer votre opinion sur la visite des musées.

Vous pouvez marquer d'un (,) plus d'un choix, si vous le désirez.

	Fréquence des choix	
13. Les raisons pour lesquelles je vais au musée :		
me changer les idées	6	37
faire une sortie.....	8	38
m'instruire.....	15	39
me cultiver.....	13	40
rencontrer des amis.....	0	41
voir des gens.....	1	42
me comprendre mieux moi-même.....	0	43
me rappeler le passé, l'histoire.....	15	44
satisfaire mon amour des arts ou de l'histoire ou des sciences.....	10	45

14. Je préfère visiter un musée :

avec un guide	11	46
seul et sans guide.....	6	47
avec un guide en disponibilité que je peux consulter.....	9	48
avec un audio-guide.....	5	49

15. J'apprécie qu'un guide :

nous accueille à l'entrée du musée.....	14	50
nous présente lui-même le musée.....	9	51
nous présente le musée à l'aide d'un document audio-visuel.....	5	52
commente sans arrêt les oeuvres ou les objets exposés.....	2	53
donne quelques explications et répondent davantage à mes questions.....	10	54
laisse du temps pour compléter individuellement la visite	14	55

	Fréquence des choix	
16..... Dans un musée, j'aimerais trouver les éléments suivants :		
les exhibits exposés au mur ou dans des vitrines.....	17	56
les objets au milieu de la place où je circule.....	7	57
des montages audio-visuels dans une salle avec des sièges.....	9	58
des documents sonores commandés par les visiteurs.....	4	59
des signaux lumineux commandés par les visiteurs.....	4	60
des micro ordinateurs qui proposent des problèmes		

à résoudre ou posent des questions	3	61
D'autres suggestions		

17. J'aimerais participer aux activités suivantes :

manipuler des objets qui sont exposés.....	5	62
monter une vitrine selon certaines consignes.....	1	63
participer à un atelier de production	5	64
assister à une conférence dans un musée	5	65
assister à un concert dans un musée.....	9	66
participer à un échange après une visite de musée dans un contexte social.....	7	67

18. Après une visite de musée :

j'ai l'impression d'avoir perdu mon temps.....	1	68
je suis content(e) d'avoir vu de belles choses.....	18	69
je me suis rappelé(e) mon jeune temps.....	6	70
je me suis souvenu(e) de l'ancien temps, de faits historiques.....	11	71
j'ai appris(e) de nouvelles choses	12	72
je me sens plus en forme	3	73
je me sens moins déprimé(e).....	2	74
j'ai un meilleur estime de moi-même.....	5	75
je réfléchis sur le monde.....	9	76
j'ai de nouvelles idées sur moi et sur le monde.....	3	77
j'ai une meilleure idée des richesses artistiques, historiques sociales ou culturelles	17	78
D'autres avantages ou inconvénients		

Fréquence
des choix

19. Ce que je n'aime pas dans un musée :

20. J'ai envie de retourner au musée dans : une semaine	0	79
un mois	5	80
trois mois	4	81
un an	6	82

21. D'autres commentaires :

Aînés ne suivant pas de cours

MUSÉE DE LA NOUVELLE-FRANCE

**PROPOSITION DE THÉMATIQUE PRÉLIMINAIRE
UN MONDE NOUVEAU**

Marquez votre choix par un (,)	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Le territoire découvert, occupé ou revendiqué par la France en Amérique du Nord	7	4	7	(83)
Les nations autochtones	8	4	8	(84)
Les lieux d'origine des habitants de la Nouvelle-France	3	4	12	(85)
Les grosses familles	5	4	9	(86)
Mariages, naissances, décès	3	7	6	(87)
La généalogie	2	6	11	(88)
Les lieux où la population française s'est établie en Amérique du Nord	3	6	13	(89)
Le cadre politique : le gouvernement	6	9	6	(90)
Le cadre juridique : la justice	4	10	6	(91)
Les statuts des personnes : homme, femme, enfant, bâtard, esclave, émancipé, sauvage	8	5	7	(92)

	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Le cadre administratif : l'administration gouvernementale	6	8	5	(93)
Le découpage administratif : les gouvernements locaux	6	8	5	(94)
Le cadre économique : l'économie	4	8	10	(95)
Le cadre religieux : l'organisation religieuse	3	11	7	(96)
Le système des compagnies	6	9	5	(97)
Le système seigneurial	7	6	7	(98)
Le système judiciaire	4	12	4	(99)
La géopolitique extensive : les explorations en rapport avec les ressources	8	5	6	(100)
Alliances avec les Amérindiens	5	5	8	(101)
Les relations avec les autres colonies	2	6	8	(102)
Les communautés religieuses d'hommes et de femmes	4	7	7	(103)
Nobles et bourgeois	6	2	10	(104)
Artisan et paysan	2	5	12	(105)
Coureur de bois	6	5	7	(106)
Pêcheur	6	6	7	(107)

	Ces sujets m'intéressent			
	Non	Peu	Beaucoup	
Défricheur et habitant	5	2	1	(108)
Missionnaire	5	8	7	(109)
Militaire	4	10	5	(110)
Se nourrir	1	5	14	(111)
S'habiller	0	10	11	(112)
S'abriter	0	9	12	(113)
Se chauffer	0	9	12	(114)
S'éclairer	0	9	12	(115)
Les déplacements : les circuits vers la France, la Nouvelle-Angleterre, les Antilles	7	6	7	(116)
Les moyens de déplacement : canot, bac, raquettes, toboggan, etc.	11	5	4	(117)
La langue écrite, les lettres	1	5	14	(118)
La langue française parlée	0	4	17	(119)
Les langues amérindiennes	6	8	4	(120)
La peinture et la sculpture	2	7	11	(121)
Les cloches	8	7	6	(122)

Ses sujets m'intéressent
Non Peu Beaucoup

Les grands services publics, la voirie, les hopitaux, les écoles et les collèges, l'Église, les tribunaux	1	8	11	(123)
La protection publique : police, milice, lutter contre les incendis, la pauvreté	2	6	13	(124)
Les professions libérales : notariat, arpentage, médecine et chirurgie	1	7	12	(125)
La famille et le voisinage	2	8	10	(126)
Européens et Amérindiens	6	5	8	(127)
Lieux et moments de rassemblements : fêtes, charivaris, pèlerinages, quais, marchés	5	9	6	(128)
Les rapports d'autorité et de force : sergneur- censitaires, curé-paroissiens, artisan-apprentis, etc.	5	10	4	(129)
Événements : les temps de la vie, miracles et ex-voto	5	6	8	(130)
L'encadrement religieux : les paroisses, les confréries, le catéchisme	3	10	8	(131)
Le théâtre officiel, la littérature, la musique	3	4	14	(132)
Les chansons, les danses et les bals, les veillées, la vie de salon	2	5	13	(133)

Vous pouvez suggérer d'autres thèmes sur la Nouvelle-France.