

FICHE INFORMATIVE

Les adolescents: qui sont-ils et comment les joindre ?



1. LES ADOLESCENTS : qui sont-ils ?

Parfois décrite comme une période de remise en cause et de changements rapides, parfois perçue comme une crise, l'adolescence ne laisse personne indifférent. Pourtant, cette étape de vie a un sens et est essentielle pour les jeunes qui doivent construire leur identité et qui sont en quête de sens. Pour la majorité des jeunes Québécois, l'adolescence n'est pas vécue comme une crise, mais plutôt comme une période où ils **revendiquent de plus en plus leur autonomie et leur indépendance**.

L'adolescence commence par la puberté, un phénomène biologique commun aux êtres humains et aux animaux, qui marque la transformation du corps et entraîne des changements nombreux et importants sur les plans cognitif, émotionnel, physique et social.

L'UNIVERS SOCIAL DES ADOLESCENTS

L'univers social des adolescents comprend notamment les relations avec les parents et celles avec les amis. Ces deux types de relations sont complémentaires et essentiels pour les adolescents : les relations avec les parents et la famille sont synonymes de sécurité et de socialisation ; celles avec les amis favorisent le développement des habiletés sociales.

Pendant que les adolescents vivent des changements pubertaires, construisent leur identité et affirment leur autonomie, leur univers social change. Ils accordent de plus en plus de place à leurs amis dans leur vie et se distancient de leurs parents et de la vie familiale. C'est en s'associant volontairement à d'autres adolescents avec qui ils partagent une culture et des valeurs communes que les jeunes construisent activement leur univers social.

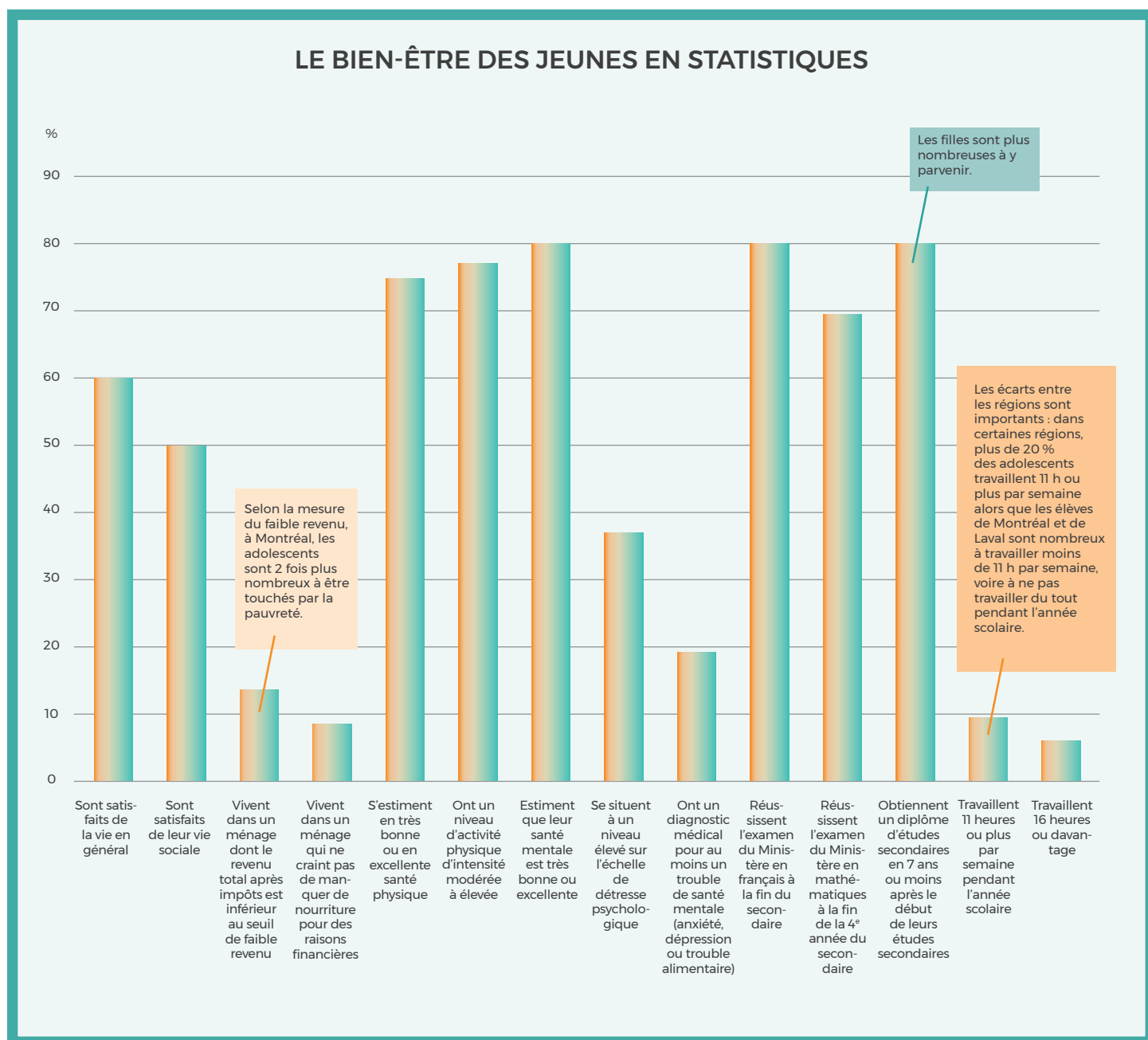
À travers ce changement dans l'univers social des adolescents, l'environnement familial demeurerait néanmoins la principale source de soutien social chez les jeunes du secondaire, suivi par les groupes d'amis. En effet, selon les chiffres de l'Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire (EQJS) menée en 2016-2017, environ 8 jeunes sur 10 estimaient recevoir un niveau de soutien élevé de la part d'un parent ou d'un autre adulte dans la famille, alors que près de 7 jeunes sur 10 disaient que leur réseau d'amis leur procurait un niveau de soutien élevé.

Source :

L'univers social des adolescents, Michel Claes, Les presses de l'Université de Montréal et <https://statistique.quebec.ca/fr/document/enquete-quebecoise-sur-la-sante-des-jeunes-du-secondaire-2016-2017>

Les adolescents québécois en statistiques

Le 1^{er} juillet 2020, le Québec comptait 516 513 personnes âgées de 12 à 17 ans, soit 263 003 garçons et 253 510 filles¹. Selon le *Portrait du bien-être des jeunes au Québec, édition 2019*², outil réalisé pour le compte de l'organisme Jeunes en tête :



1 <https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/Famille/chiffres-famille-quebec/chiffres-famille/Pages/demographie-population-familles.aspx>

2 <https://s3.amazonaws.com/u92-fondationjeunesentete/wp-content/uploads/2020/06/02144911/ensemble-du-quebec-definitif.pdf>

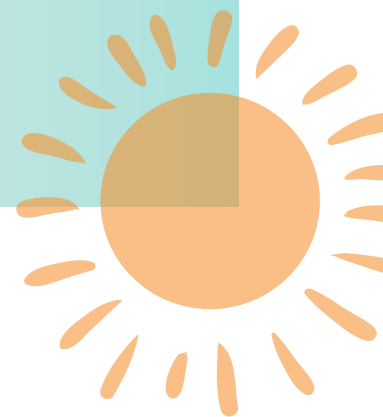
Au chapitre du jeu et de la consommation, l'Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire 2019 révèle qu'entre 2013 et 2019³ :

- La proportion de joueurs aux jeux de hasard et d'argent (actifs au cours des 12 derniers mois) a diminué de 25 % à 21 %. Les garçons étaient aussi proportionnellement plus nombreux que les filles à y participer (25 % vs 17 %).
- L'utilisation de la cigarette électronique (au cours des 30 jours précédant l'enquête) a augmenté significativement chez les élèves du secondaire, passant de 4 % à 21 %. Dans la grande majorité des cas, les cigarettes électroniques contenaient de la nicotine (90 %). De plus, le liquide à vapoter à saveur de fruits était le plus populaire (85 %). Quant à l'usage de produits du tabac, il avait cependant baissé pendant cette période, passant de 12 % à 9 %.
- La proportion d'élèves ayant consommé de l'alcool (au cours des 12 mois précédant l'enquête) a baissé de 57 % à 53 %. Parmi ces élèves, plus de la moitié avaient consommé durant cette période une boisson sucrée fortement alcoolisée (56 %). La proportion de jeunes ayant eu une consommation élevée d'alcool (soit plus d'une fois par mois au cours des 12 derniers mois) avait augmenté, passant de 10 % à 12 %.
- La consommation de drogues (y compris le cannabis; au cours des 12 mois précédant l'enquête) a diminué chez les élèves du secondaire, passant de 24 % à 18 %.

En 2016-2017, 37,8 % des jeunes de la 1^e à la 5^e secondaire participaient à des activités dans la communauté, comme des activités musicales, artistiques, littéraires ou sportives. Ils pouvaient aussi faire partie d'un club, d'une équipe sportive, d'un groupe lié à l'église ou à un autre lieu de culte, ainsi qu'aider d'autres personnes.

Source :

<https://statistique.quebec.ca/fr/document/enquete-quebecoise-sur-la-sante-des-jeunes-du-secondaire-2016-2017>



³ <https://statistique.quebec.ca/fr/document/enquete-quebecoise-tabac-alcool-drogue-jeu-eleves-secondaire-2019/publication/faits-saillants-enquete-quebecoise-tabac-alcool-drogue-jeu-eleves-secondaire-2019>

Quels sont les besoins des adolescents ?

D'après le Conseil supérieur de l'éducation (2009), les adolescents de 12 à 14 ans ont des besoins liés⁴ :

- à l'estime et à l'acceptation de soi, ainsi qu'à l'acceptation par les pairs, les parents et les enseignants;
- à la possibilité de vivre des expériences et des succès;
- à la sexualité;
- à l'identité;
- à l'apprentissage (conseils, d'attentes claires et de limites);
- à un environnement sécuritaire et positif à la maison, à l'école et dans l'entourage.

Quant aux adolescents de 14 à 16 ans, ils ont besoin :

- de s'engager et de définir leurs propres valeurs;
- d'être en groupe sans perdre leur individualité;
- de se fixer des objectifs, entre autres sur le plan de la carrière;
- de vivre des expériences et d'expérimenter des rôles;
- d'acquérir leur autonomie.

Même si l'adolescent devient de plus en plus autonome, il a toujours besoin du soutien affectif et de la base sécurisante que lui procurent ses parents. Ceux-ci doivent continuer à lui fournir des repères dans sa quête d'identité et à maintenir un dialogue ouvert. Une recherche, qui examinait les liens entre la satisfaction des besoins psychologiques considérés comme essentiels chez les jeunes adultes et la motivation scolaire, a établi que la satisfaction des besoins à la maison était le facteur le plus déterminant pour le bien-être chez les adolescents, plus important encore que la satisfaction avec les pairs.

Source : http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/PSG/recherche_evaluation/BulletinObjectifPersReussite_Vol2N2Hiver2010.pdf

4 <https://www.cse.gouv.qc.ca/publications/ecole-secondaire-qui-sadapte-50-0464/>

Leurs valeurs : qu'est-ce qui est important pour les adolescents ?

Parmi les quelques études ayant été menées au Québec sur les valeurs des adolescents, une enquête réalisée en 2004⁵ auprès d'adolescents âgés de 14 à 19 ans a fait ressortir 6 grands groupes de valeurs :

1. La famille, les amis et la vie amoureuse;
2. Les études et le travail;
3. L'amour, le respect et l'entraide;
4. Le plaisir et le bien-être, les valeurs personnelles pouvant conduire au bonheur;
5. Le sport et les activités de loisirs;
6. Certaines croyances religieuses.

La famille occupe une place centrale dans le système de valeurs des jeunes Québécois et des jeunes immigrants. Elle est un lieu de construction identitaire, d'éducation et de soutien. Les amis se superposent à la famille et leur présence est tout autant indispensable.

Dans un sondage mené en 2021 auprès de 574 jeunes Québécois de 12 à 17 ans, par le Regroupement des maisons de jeunes du Québec, passer du temps avec les amis et passer du temps avec la famille figuraient dans le top 5 des passe-temps favoris des jeunes.

Source : <https://rmjq.org/smdj/smdj-2021/ahlesjeunes/>

Leurs champs d'intérêt : qu'est-ce qui intéresse les adolescents ?

Selon une étude menée en 2018⁶ auprès d'adolescents de 13 à 15 ans et portant sur leurs champs d'intérêt :

1. Les médias étaient le domaine le plus souvent mentionné par les adolescents. Ce domaine inclut des activités comme regarder des films et la télévision, écouter de la musique, utiliser les médias sociaux, lire les nouvelles et utiliser des jeux en ligne. Parmi l'ensemble de ces activités, regarder des films et la télévision était celle pour laquelle l'intérêt le plus fréquemment mentionné, suivi des médias sociaux, de la musique et des jeux en ligne.
2. Le domaine scolaire était la 2^e catégorie en importance identifiée par les adolescents et plus spécifiquement, le volet scolaire et les devoirs.
3. Le domaine des loisirs occupait le 3^e rang, plus spécifiquement les sports et les passetemps.
4. La socialisation était mentionnée comme une 4^e source d'intérêt à l'adolescence.
5. L'alimentation et les soins personnels arrivaient au 5^e rang.

5 <https://www.erudit.org/fr/revues/efg/2006-n4-efg1131/012896ar/>

6 Adolescents' interest experience in daily life in and across family and peer contexts | SpringerLink

Toujours selon cette étude, les parents seraient les facilitateurs les plus importants dans l'expérimentation et le développement des intérêts. Ils fourniraient aux jeunes des opportunités et les ressources nécessaires pour s'investir dans des activités qui les intéressent.

Dans une recherche portant sur le rôle des intérêts et de l'apprentissage autonome comme catalyseurs du développement des adolescents, Barron (2006) rapporte le témoignage de l'un d'entre eux qui a développé un intérêt pour les technologies créatives. On y mentionne la contribution importante de ses parents dans sa démarche, ces derniers ayant joué le rôle de « courtiers en apprentissage, de financiers, de consultants, de partenaires de projet. »

Son intérêt pour les technologies créatives avait émergé à la maison. Ses parents l'avaient continuellement encouragé, et ce, de multiples façons : en lui achetant de l'équipement de robotique et plus tard, un ordinateur et des logiciels; en lui présentant des opportunités d'apprentissage et en facilitant sa participation; en lui permettant d'assumer davantage de responsabilités au fil du temps dans les projets.

Source : <http://life-slc.org/docs/barron-self-sustainedlearning.pdf>

Sous un autre angle, l'organisme Academos a produit en 2017 un top 10 des intérêts de jeunes qui fréquentent cet organisme :

1. Musique, **14 244 abonnés**
2. Sciences, **8945 abonnés**
3. Sports, **8134 abonnés**
4. Voyages, **7629 abonnés**
5. Arts, **4908 abonnés**
6. Soccer, **4207 abonnés**
7. Santé, **4024 abonnés**
8. Mathématiques, **3950 abonnés**
9. Communications, **3925 abonnés**
10. Lecture, **3850 abonnés**

Source : <https://academos.qc.ca/blogue-jeunes/bonus/interet-jeunes-academos/>

Quels défis les adolescents doivent-ils relever ?

L'adolescence est une période de grands bouleversements et présente de nombreux défis pour les adolescents⁷.

Les jeunes âgés de 12 à 14 ans doivent :

- intégrer l'école secondaire;
- partager des activités avec des jeunes du même âge et du même sexe⁸ pour valider leur expérience ainsi que leurs valeurs et leurs émotions;
- partager les amitiés;
- se situer en rapport à leur sexualité;
- expérimenter des rôles et des responsabilités.

Les jeunes âgés de 14 à 16 ans doivent :

- apprendre l'autodiscipline et la maîtrise de soi;
- apprendre à nouer des relations d'intimité fondées sur l'ouverture à l'autre, la communication, ainsi que sur le respect de soi et de l'autre;
- formuler des hypothèses, faire des liens de cause à effet, tirer des conclusions et affirmer leur opinion;
- évaluer le réalisme de leurs idées ou de leurs projets.

En somme, on pourrait penser que les adolescents forment un groupe homogène qui partage les mêmes valeurs, caractéristiques, aspirations et craintes, mais il faut se garder d'avoir cette conception simplifiée et monolithique de l'adolescence, car dans les faits, les jeunes présentent une grande diversité de pensées et d'expériences de vie.

⁷ 9782892182439.pdf (santecom.qc.ca)

⁸ Vers 11-12 ans, les adolescents nouent des amitiés intenses avec des individus du même âge et du même sexe alors que vers 14-15 ans, ils commencent à fréquenter des pairs de sexe opposé et parfois plus âgés. (Gantina, É. [2016]. *Marketing et génération Z*. Éditions Dunod.)

Une génération numérique

En tant que dignes représentants de la génération Z (1995-2010), les jeunes de 11 à 17 ans sont nés à une époque où l'informatique et Internet étaient bien installés dans notre société. Ils n'ont donc jamais connu la vie sans connexion réseau.

D'après Statistiques Canada (2018), **96 % des jeunes Canadiens de 15 à 24 ans utilisent Internet quotidiennement, possèdent un téléphone intelligent et visitent les médias sociaux**⁹. Selon une étude réalisée en 2017 auprès de jeunes Québécois de 12 à 25 ans, la grande majorité dispose d'un accès à une connexion Internet haute vitesse à la maison¹⁰.

Ce n'est pas une surprise : les adolescents passent beaucoup de temps en ligne, ce qui est somme toute normal, considérant qu'ils ont généralement moins d'obligations et plus de temps de loisir que la moyenne de la population et qu'en plus, les **supports numériques leur donnent accès à de puissants outils de socialisation**.

Ils sont en ligne pour jouer aux jeux vidéo, parler à leurs amis, publier des photos et échanger de la musique. Grâce à Internet, ils accèdent à des contenus de divertissement en format long, souvent issus de la télévision, et en format court, sous forme de vidéos dynamiques et ludiques disponibles uniquement sur le Web et les réseaux sociaux comme YouTube et Facebook¹¹.

Que font les 12-25 ans sur le Web ?

76 %

visitent les réseaux sociaux;

71 %

regardent des vidéos;

41 %

recherchent de l'information sur des sujets qui les intéressent;

29 %

vont sur des sites de nouvelles.

Source :

https://citoyennetejeunesse.org/wp-content/uploads/2018/10/Guide-au-MRC_Format-Graph.pdf

Le choix des contenus se fait par affinités de goût, par les recommandations des amis ou des systèmes automatisés des moteurs de recherche comme celui de la plateforme YouTube, en fonction de sujets qui les passionnent ou dont ils ont entendu parler et sur lesquels ils veulent se renseigner. La convivialité des plateformes et l'accessibilité des contenus en ligne influencent également leurs choix.

9 <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-631-x/11-631-x2019003-fra.htm>

10 https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2658_exposition_violence_jeux_video_medias_sociaux.pdf

11 http://www.obsjeunes.qc.ca/sites/obsjeunes.qc.ca/files/OJS_Numerique2017_1.pdf

Pour accéder à ces contenus en ligne, les jeunes Québécois utilisent une variété d'appareils :

- téléphone intelligent (86 %);
- ordinateur portable (83 %);
- tablette numérique (65 %);
- console de jeux vidéo (64 %);
- ordinateur fixe (52 %);
- télévision branchée (48 %);
- baladeur numérique ou MP3 (24 %) et lecteur multimédia en continu (22 %).

Chez les jeunes de 12 à 15 ans, 63 % disposent d'une tablette numérique personnelle et 51 % d'un téléphone intelligent.

Source : https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2658_exposition_violence_jeux_video_medias_sociaux.pdf

TikTok est une plateforme très prisée des adolescents qui permet de créer, de partager et de découvrir de courtes vidéos musicales de 15 à 60 secondes. En février 2021, TikTok était le 3^e réseau social le plus utilisé, derrière Facebook et Instagram. L'application comptait près de 1,1 milliard d'utilisateurs actifs sur une base mensuelle et 2,6 milliards de téléchargements à l'échelle mondiale. Parmi les utilisateurs, 32,5 % avaient entre 10 et 19 ans. En moyenne, les utilisateurs passaient 52 min par jour sur l'application : les jeunes de 4 à 15 ans y passaient 80 minutes par jour. Enfin, 63 % des utilisateurs « likaient » les vidéos, 54 % commentaient et surtout, 50 % partageaient leurs découvertes sur d'autres réseaux sociaux.

Source : <https://tourismexpress.com/nouvelles/13-stats-tiktok-en-2021-par-frederic-gonzalo>

En plus de diversifier les modes de communication des adolescents, **le numérique a modifié leur rapport au savoir et leur façon d'apprendre, privilégiant l'apprentissage par la pratique et l'expérience plutôt que par l'écoute**¹².

Les élèves d'aujourd'hui :

- préfèrent l'étude en petits groupes;
- utilisent des outils technologiques mobiles comme les ordinateurs portables et les cellulaires;
- sont indépendants : lorsqu'ils sont motivés à apprendre quelque chose, ils ont les outils pour satisfaire leur curiosité en toute autonomie;
- sont sociaux : ils sont en interaction avec d'autres personnes et partagent leur vécu;
- participent : ils donnent leur opinion et partagent leurs idées dans des blogues.

Habités à recevoir et à traiter l'information rapidement, ils excellent à mener plusieurs tâches simultanément.

¹² <https://www.cse.gouv.qc.ca/publications/ecole-secondaire-qui-sadapte-50-0464/>

2. Comment joindre LES ADOLESCENTS ?

Utiliser le numérique

Les adolescents sont de très grands utilisateurs du numérique. C'est pourquoi le recours à cette technologie constitue un bon moyen pour les joindre l'été. Voici quelques façons d'y parvenir :

- Leur proposer de courtes vidéos informatives, dynamiques, interactives et ludiques diffusées directement sur les réseaux sociaux utilisés par les adolescents (TikTok – un incontournable –, Facebook, Snapchat, Twitter et Instagram) et sur des plateformes qui touchent la jeunesse (YouTube et Spotify);
- Adapter le contenu pour différents médias comme l'ordinateur, la tablette numérique et le téléphone intelligent;
- Ajouter des sous-titres dans les vidéos publiées sur les réseaux sociaux afin que leur contenu soit accessible même lorsqu'elles se déclenchent automatiquement et sans son;
- Intégrer le numérique dans une stratégie transmédia, une technique de communication efficace pour joindre les jeunes, qui mise sur la multiplicité des canaux de distribution et des modes de connexion. À ce titre, combiner des méthodes de recrutement général à une action plus personnalisée (comme une lettre provenant d'un enseignant) serait aussi une stratégie gagnante¹³.

EXEMPLE INSPIRANT

Des ateliers de cocréation pour impliquer les jeunes dans la production des messages

Dans le cadre de la conception d'une campagne de prévention sur la santé, 12 jeunes ont participé à un atelier de cocréation de 2 jours avec des acteurs du domaine de la santé. Une première journée a été consacrée à penser à la santé de demain et à imaginer « sans limite » de nouveaux services numériques originaux et à coécrire une fiction autour de l'e-santé. Lors de la 2^e journée, les jeunes étaient invités à concrétiser leurs idées sous la forme d'un prototype. Ils ont ainsi pu mettre leur potentiel créatif pour créer des solutions innovantes en matière de prévention santé à l'ère du numérique.

Pour en savoir plus : <https://theinspiration.co/index.php/portfolio/mgen-prevention-sante-inspiree-enfants/>

En février 2021, TikTok était le réseau social qui présentait le plus haut taux d'engagement (taux moyen de 17,9 %), devant Instagram (3,8 %) et YouTube (1,6 %). Cette plateforme constitue ainsi un bon choix pour joindre les adolescents l'été. Comment utiliser TikTok ? En produisant des contenus qui s'inspirent de la « saveur » TikTok, en lançant des défis qui encouragent l'audience à réaliser une action, en proposant des vidéos pédagogiques et des quiz, en organisant des « lives » sur une page dédiée, ainsi qu'en s'associant à des tiktokeurs ou des influenceurs qui partagent nos préoccupations.

Sources : <https://tourismexpress.com/nouvelles/13-stats-tiktok-en-2021-par-frederic-gonzalo>

<https://www.ludosln.net/pourquoi-comment-integrer-tiktok-dans-strategie-de-communication/>

Utiliser la rue

Le « street marketing »¹⁴ serait une stratégie particulièrement efficace avec les adolescents. Cette stratégie s'appuie sur la distribution d'un produit original dans les lieux de forte visibilité et qui sont fréquentés par les adolescents (sortie des écoles, restaurants, abribus, autobus, etc.). Qu'elle fasse appel ou non à des agents de terrain pour attirer l'attention et créer la surprise, le « street marketing » doit être relayé sur les réseaux sociaux.

EXEMPLE INSPIRANT

DécrocheTaPlace **La cabine téléphonique surprenante**

Pour promouvoir un festival de musique, une cabine téléphonique est installée sur une rue. Le téléphone sonne, attirant l'attention des passants. Lorsqu'ils osent décrocher, ils se voient proposer des défis à réaliser dans le quartier. Au terme de leur participation, ils gagnent des billets leur permettant d'assister gratuitement au festival de musique.

Pour en savoir plus :
<https://www.webmarketing-com.com/2015/07/20/39462-street-marketing-queles-sont-les-operations-qui-marchent-en-2015>

Aller à la rencontre des adolescents

Aller directement à la rencontre des adolescents au lieu d'attendre qu'ils viennent à nous est une manière efficace de les joindre. Voici quelques exemples d'initiatives en ce sens :

- Approcher les adolescents dans des espaces qu'ils connaissent et dans lesquels ils se sentent en sécurité et en confiance : à l'école, dans les maisons de jeunes, les milieux sportifs, les organismes jeunesse, les centres de loisirs, etc.;
- Faire un pas vers eux pour leur présenter les services, pour les consulter et pour échanger;
- Développer des partenariats avec des instances qui rejoignent facilement les adolescents et profiter du soutien qu'elles peuvent offrir.

Organiser des événements

Organiser des événements qui s'adressent aux adolescents est une façon de les joindre, de les mobiliser, mais aussi de les consulter sur des enjeux qui les concernent. Pour ce faire, privilégier un format souple, informel et ludique.

Par exemple, des ateliers avec des invités d'honneur appréciés des adolescents avec invitation par les réseaux sociaux, service de nourriture, prix de présence et remise de prix qui soulignent les accomplissements des jeunes.

¹⁴ Cantina, É. (2016). *Marketing et génération Z*. Éditions Dunod.

3. Ingrédients pour UN PROJET ESTIVAL GAGNANT

Le secret est dans l'approche

Un projet estival gagnant mise sur l'approche du développement positif des jeunes, laquelle se définit comme :

« une approche intentionnelle et prosociale qui mobilise les jeunes au sein de leur communauté, de leur école, d'un organisme, de leurs groupes de pairs et de leur famille d'une manière productive et constructive; qui reconnaît, utilise et optimise leurs forces; et qui produit des effets positifs chez les jeunes en leur offrant des occasions, en leur permettant de créer des relations positives et en leur fournissant le soutien nécessaire pour développer leur sens du leadership¹⁵. »

Cette approche amène un changement dans la façon d'entrevoir les services destinés aux adolescents. En effet, plutôt que de se demander ce qu'on peut faire pour prévenir ou résoudre les problèmes, cette approche permet de se questionner sur les opportunités, les expériences d'apprentissage et les médias à fournir aux adolescents afin qu'ils se sentent connectés et engagés. Elle met ainsi l'accent sur des résultats positifs et mise sur les forces des adolescents.

Place au jeu

Les adolescents sont de grands consommateurs de produits technologiques ludiques : 56 % des jeunes Québécois de 12 à 15 ans et 40 % des jeunes de 16 à 18 ans qui ont des activités en ligne jouent à des jeux¹⁶. Même si on en connaît peu sur la vie ludique des ados, on sait que jouer leur fait du bien. En plus de ses fonctions socialisantes, le jeu est motivant et valorisant. Il permet de développer le jugement, la résolution de problème, l'autonomie, l'empathie et la créativité. Le jeu soutient l'acquisition de stratégies cognitives et l'atteinte d'objectifs de niveau supérieur¹⁷. Jeu de simulation, jeu de rôle, jeu d'évasion, jeu de piste, etc. : les possibilités sont infinies pour ajouter un aspect ludique à un projet estival destiné aux adolescents et pour les intéresser à ce projet.

Le jeu d'évasion pédagogique

Le jeu d'évasion ou « escape game » est un jeu d'aventures scénarisé dans lequel une équipe de joueurs est plongée dans un scénario impliquant une évasion ou la recherche d'un objet et qui doivent, pour y parvenir, résoudre des énigmes dans un temps limité.

Lorsqu'il est à visée pédagogique, le jeu d'évasion entre dans la catégorie des jeux sérieux. En plus de divertir, de maintenir la motivation et l'engagement des élèves, le jeu d'évasion pédagogique vise à atteindre des objectifs pédagogiques par l'acquisition de connaissances et la mise en œuvre de compétences.

Pour en savoir plus :

<https://cucdb.fr/wp-content/uploads/2018/12/En-quoi-1%E2%80%99escape-game-est-il-un-outil-favorisant-1%E2%80%99engagement-des-%C3%A91%C3%A8ves-dans-1%E2%80%99apprentissage-Rachel-Bucaille.pdf>

Des sites de référence à consulter :

<https://scape.enepe.fr/>
<https://www.cquesne-escapegame.com/>

15 (Recherche - Développement positif des jeunes - Passeport pour ma réussite (passeportpourmareussite.ca)

16 Exposition des jeunes à la violence dans les jeux vidéo et les médias sociaux (inspq.qc.ca)

17 Chamberland, G. et Provost, G. (1996). Jeu, simulation et jeu de rôle. Presses de l'Université du Québec

EXEMPLE INSPIRANT

Le projet STEAMER

STEAMER est un projet qui vise à utiliser, à adapter et à encourager la création de jeux d'évasion pédagogiques afin qu'ils contribuent à l'enseignement des sciences, technologies, ingénierie, arts et mathématiques (STEAM) aux jeunes de 12 à 18 ans. Ce projet s'appuie sur la collaboration de partenaires provenant de six pays européens : Bulgarie, Lettonie, Italie, Chypre, France et Belgique.

Pour en savoir plus : <https://steamerproject.eu/>

Escape Rooms for Social Entrepreneurs

Un projet qui vise à utiliser les jeux d'évasion pour aborder l'entrepreneuriat social de façon ludique.

Pour en savoir plus : <https://er-se.eu/>

SpeakER

Un projet qui vise à utiliser les jeux d'évasion dans les cours de langues au secondaire afin de promouvoir le multilinguisme et la diversité dans l'Union européenne.

Pour en savoir plus : <https://speakerproject.eu/fr/accueil/>

EXEMPLE INSPIRANT

Le jeu « Clash Back », un jeu sérieux pour favoriser le dialogue ado-adulte

« Clash Back » est un jeu vidéo qui simule des comportements d'adolescents en situation de crise. Il consiste à se plonger dans des situations interactives où se confrontent un adolescent et un adulte sur des thèmes comme la famille recomposée, le petit ami, les troubles de comportement alimentaire, les tatouages, etc. Un joueur incarne l'un des personnages et choisit les propos qu'il tient face à son interlocuteur, lequel réplique et réagit à ces propos.

Le nom du jeu, « Clash Back », tout comme les dialogues et les situations, ont été imaginés et coécrits avec des adolescents, certains en difficulté. « Clash » réfère à l'idée de tester un échange ado-adulte jusqu'à la rupture, et BACK, au fait de revenir sur ce qui s'est passé, à l'aide d'un bilan commenté, pour analyser l'échange et en comprendre les enjeux.

Pour en savoir plus : <https://france3-regions.francetvinfo.fr/houvelle-aquitaine/2015/02/02/clash-back-un-serious-game-pour-renouer-le-lien-avec-les-adolescents-646641.html>

LES JEUX VIDÉO, SOURCE D'APPRENTISSAGES

Pour Prensky (2002), les jeux vidéo permettraient de réaliser cinq niveaux d'apprentissage transférables dans la « vraie vie » :

- Apprendre COMMENT faire les choses, en commençant par les mouvements dans le jeu, les procédures, les habiletés jusqu'à la gestion d'une grande quantité d'information et la réalisation de plusieurs tâches simultanément;
- Apprendre QUOI faire, c'est-à-dire apprendre les règles du jeu;
- Apprendre POURQUOI faire les choses, c'est-à-dire apprendre la stratégie du jeu, la négociation, la cause et l'effet, la valeur de la persévérance, les victoires du long terme vs les gains du court terme ainsi que l'influence des choix et des décisions sur la suite;
- Apprendre OÙ, c'est-à-dire s'approprier un contexte culturel, social et environnemental. Le jeu est un moyen important par lequel les jeunes apprennent à comprendre le monde;
- Apprendre QUAND, c'est-à-dire déterminer, lors d'une décision, ce qui est bon ou mauvais, faire des choix fondés sur les valeurs et la morale et prendre conscience des conséquences des choix.

Source : <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20What%20Kids%20Learn%20That%20POSITIVE%20From%20Playing%20Video%20Games.pdf>

Des projets plein la tête

L'été offre un contexte propice aux adolescents pour mettre en œuvre des projets de durée et de nature diverses. Afin de mobiliser les adolescents et de leur donner le goût de s'engager dans la réalisation de projets, il faut leur offrir un espace libre, sans projets et sans résultats attendus. Dans cet espace ouvert où tout est possible, même le droit à l'erreur, ils peuvent imaginer et diriger un projet qui les motive à partir d'un manque, de leurs intérêts, de leurs besoins, de leurs attentes ou de leurs envies qu'ils ont identifiés.

En plus d'être une source de motivation pour les adolescents, les projets leur permettent de développer leur créativité, leur autonomie, leur sens de l'organisation et des responsabilités, en plus d'une multitude de compétences comme la résolution de problèmes et la communication.

Proulx (2004) définit le projet comme « l'application et l'intégration d'un ensemble de connaissances et d'habiletés dans la réalisation d'une œuvre. »

Source : Proulx, J. 2004. *Apprentissage par projet*. Presses de l'Université du Québec.

EXEMPLES INSPIRANTS

Le programme Youth Institute

Ce programme est mis en place par l'organisme à but non lucratif YMCA of Greater Long Beach. Il s'agit d'un programme intensif annuel extrascolaire qui vise l'amélioration de la réussite scolaire, la préparation à la carrière, le développement de soi et l'implication sociale des élèves du secondaire. Il vise tout autant à stimuler l'intérêt des élèves pour les études postsecondaires. Les élèves ciblés proviennent de familles à faible revenu, appartiennent à des groupes ethnoculturels et vivent dans des contextes jugés éprouvants ou préoccupants. Le programme comprend un volet estival de formation structurée d'une durée de huit semaines qui mise sur l'apprentissage par projets, les nouvelles technologies, la vie de groupe et l'accès à du soutien scolaire et personnel pendant l'année scolaire.

Pour en savoir plus : Youth Institute | YMCA of Greater Long Beach (lbyymca.org)

Pitchons nos projets aux générations futures

L'association française Pitch2Kids a pour mission d'aider les jeunes à relever les défis de demain, tout en s'interrogeant sur les projets et technologies qui se créent aujourd'hui. Pour ce faire, cette association organise des rencontres au cours desquelles des entrepreneurs sociaux, associatifs ou numériques présentent leur idée, leur projet ou leur invention à des jurys formés de jeunes. Ces jeunes questionnent et critiquent : ils échangent d'égal à égal avec les adultes. En rencontrant ces adultes inspirants, ils ressortent avec l'idée que s'ils détectent un problème, il n'en tient qu'à eux de trouver une solution pour faire la différence et devenir un moteur de changement.

Pour en savoir plus : <https://usbeketrica.com/fr/article/pitchons-nos-projets-aux-generations-futures>

La base de données du projet étudiant Better Their World

Marc Prensky a développé une base de données dans laquelle les entreprises, les enseignants, les particuliers, les organisations à but non lucratif, les gouvernements et d'autres organisations inscrivent des problèmes et demandent aux jeunes de les résoudre. La base de données permet la diffusion des projets une fois terminés, mais aussi d'en assurer le suivi, de solliciter des contributions et des commentaires, et de recevoir des conseils de la part d'enseignants et de mentors.

Les projets réalisés par les jeunes peuvent prendre différentes formes : la construction de superordinateurs à partir de vieux ordinateurs portables en les reliant entre eux pour en faire des grappes de superordinateurs; la création d'une application permettant aux citoyens d'évaluer et d'examiner leurs rencontres avec la police et d'autres fonctionnaires; la construction d'un robot pour qu'un enfant de 12 ans souffrant d'un handicap puisse suivre les cours depuis son lit; la mise sur pied d'une fondation permettant de creuser des puits et d'alimenter des populations en eau potable, etc. Par exemple, la fondation Ryans Well (ryanswell.ca) a permis à ce jour de creuser plus de 1 000 puits dans 16 pays, apportant de l'eau à plus de 700 000 personnes.

Pour Prensky (cité dans Ritchie, 2017), permettre aux adolescents de réaliser des projets significatifs, ancrés dans la vraie vie, qui apportent de vraies solutions à de vrais problèmes leur permettrait de développer les quatre piliers de ce qu'il appelle « l'éducation dans le monde réel » : la pensée efficace, l'action, les relations et, le plus important, l'accomplissement. Selon lui, ces piliers sont importants pour tous les élèves, et ce, à tous les niveaux scolaires.

Pour en savoir plus : <https://btwdatabase.org/>

Des adolescents engagés

L'engagement des adolescents signifie qu'ils participent concrètement et de façon soutenue à une activité positive offerte dans un cadre autre que scolaire. L'engagement est un élément central dans le développement des adolescents. Il contribue à leur santé et à leur bien-être, au développement de leur autonomie et de leur confiance en soi. Il leur permet de créer des relations saines et positives avec leurs pairs et les adultes qui les soutiennent.

Pour susciter et maintenir l'engagement des adolescents dans le cadre d'un projet estival, comment faire¹⁸ ?

- **Démontrer les bénéfices et la pertinence de s'engager dans un projet estival, en termes de résultats concrets et mesurables pour leur parcours de vie;**
- **Offrir une expérience différente de ce qui est offert à l'école, à la maison ou ailleurs dans la communauté;**
- **Offrir un environnement d'apprentissage positif, riche, stimulant et soutenant;**
- **Mener une recherche au préalable sur les besoins, les intérêts et les passions des participants;**
- **Faire des liens avec les programmes d'études;**
- **Proposer une variété d'expériences et d'activités;**
- **Permettre le choix d'activités chaque jour;**
- **Proposer des activités qui permettent de développer de nouvelles compétences;**
- **Fournir un espace et du temps pour la détente, le jeu et la socialisation;**
- **Offrir des opportunités de leadership aux adolescents plus âgés;**
- **Embaucher du personnel compétent qui comprend l'importance de développer un vrai lien avec les participants;**
- **Dans un esprit de cocréation, impliquer les adolescents dans la planification, la participation et la réflexion sur les activités et leur amélioration;**
- **Faire une évaluation régulière du programme et de la satisfaction des adolescents et de leurs parents.**

DES PARENTS ENGAGÉS, EUX AUSSI

La recherche reconnaît que l'engagement des parents est déterminant sur la réussite scolaire des jeunes.

Même si le degré général d'engagement parental diminue à mesure que les adolescents avancent en âge, l'engagement parental demeure un facteur déterminant dans l'engagement et la participation des adolescents dans un projet estival. Les parents sont des partenaires essentiels pour le recrutement et le maintien de la participation et l'engagement des adolescents dans le projet. À cette fin, il est nécessaire de faire comprendre aux adolescents et aux parents l'importance de leur participation en présentant des résultats concrets et les bénéfices réels que l'adolescent en retirera pour le futur. Les parents engagés sont les meilleurs ambassadeurs auprès de leurs adolescents, mais aussi auprès des autres familles.

Comment encourager l'engagement des parents :

- En communiquant régulièrement avec eux et en les tenant informés de la progression de leur adolescent;
- En échangeant sur les intérêts de leur adolescent;
- En les impliquant dans le développement du programme;
- En facilitant l'accessibilité au programme (coûts, transport, etc.).

Une communauté mobilisée

Un projet estival gagnant destiné aux adolescents repose sur la mobilisation de différents acteurs non scolaires de la communauté, qui agissent en complémentarité avec le milieu scolaire.

Dans leur recherche portant sur la contribution des acteurs non scolaires au soutien à la persévérance scolaire, Bourdon et Baril (2016) ont identifié 4 catégories d'acteurs non scolaires qui pourraient être mobilisés autour d'un projet estival destiné aux adolescents :

1. les instances gouvernementales et paragouvernementales, y compris les organisations et les ministères rattachés au domaine de l'éducation (lesquels sont omniprésents dans les partenariats) et ceux associés à d'autres secteurs comme la santé ou la jeunesse;
2. les associations et les organismes communautaires ou à but non lucratif qui, dans la plupart des cas, sont les principaux porteurs du programme, assurant la coordination entre les acteurs impliqués;
3. les entreprises privées et fondations philanthropiques, principalement associées au financement, mais potentiellement très influentes dans l'orientation des modèles d'action;
4. les centres, les chaires et les groupes de recherche qui soutiennent le développement et l'évaluation de plusieurs programmes.

Ces acteurs pourraient contribuer aux projets en offrant une diversité de formes de soutien complémentaires que Bourdon et Baril (2016) ont regroupées en 5 catégories :

- le **repérage** des jeunes susceptibles de bénéficier des interventions (les jeunes qui en ont le plus besoin);
- le **soutien scolaire** qui vise l'amélioration des compétences dans les matières scolaires;
- les **activités parascolaires et l'implication sociale**, qui visent à accroître l'attachement au milieu scolaire et à faire preuve d'un plus grand sens des responsabilités, en plus de proposer des expériences positives, notamment la socialisation avec les pairs et avec des adultes significatifs;
- le **soutien à l'orientation et à l'exploration** pour motiver les élèves en donnant du sens aux études, notamment en permettant d'élaborer et de consolider un projet scolaire et professionnel;
- le **soutien extrascolaire** qui concerne les difficultés rencontrées par les élèves dans d'autres sphères de leur vie.

EXEMPLE INSPIRANT

Accès 5

Le programme Accès 5 a été mis en place à Sherbrooke en partenariat avec la Maison Jeunes-Est et l'école secondaire de la Montée. Le programme se caractérise par une approche communautaire, pratique et globale, et a pour objectif de favoriser la réussite et le maintien scolaire des élèves, ainsi que leur engagement citoyen, au moyen d'une coopération étroite avec des acteurs de la communauté. Le programme cible les élèves du secondaire ayant des difficultés scolaires et vise leur réussite scolaire, ce qui se traduit indirectement par une volonté de les maintenir en formation jusqu'à la fin de leur scolarité secondaire. L'entrée dans le programme débute généralement à la fin des études primaires, pendant la période estivale, et se poursuit durant toute la durée des études secondaires.

Pour en savoir plus : Le modèle Accès 5 et ses composantes - Maison Jeunes-Est (maisonjeunesest.com)

EXEMPLE INSPIRANT

La National Summer Learning Week et les Summer Learning Programs

Depuis 25 ans, la National Summer Learning Association se donne pour mission d'intervenir dans les apprentissages d'été afin de réduire les écarts entre les jeunes. Elle soutient notamment la mise en œuvre de programmes axés sur l'apprentissage pendant l'été et propose une multitude d'outils de planification et de développement. Ces programmes, qui durent de 5 à 6 semaines, à raison de 3 à 4 heures par jour :

- sont destinés en priorité aux élèves vulnérables ou en grand besoin;
- focalisent sur le succès de l'élève dans l'année à venir;
- sont alignés avec les programmes d'études;
- se focalisent sur certains domaines d'apprentissage critiques, comme la langue;
- embauchent des enseignants compétents et motivés pour aider les élèves;
- priorisent la communication avec les élèves et leur famille;
- font l'objet d'une planification rigoureuse qui commence dès le mois de septembre;
- privilégient l'apprentissage en petits groupes.

Pour en savoir plus : <https://www.summerlearning.org/>

Des activités estivales en complémentarité

Pour plusieurs adolescents, l'été est synonyme d'emploi d'été. En 2016, au Québec, le taux d'emploi estival²⁰ chez les étudiants de 15 à 24 ans retournant aux études à l'automne était de 41,4 %. La majorité d'entre eux travaillaient dans le domaine des services, notamment l'hébergement et la restauration.

Obtenir un emploi d'été est une étape importante pour le développement de l'indépendance chez l'adolescent. Il s'apparente à un rite de passage. Selon Moulin (cité dans Boutros, 2016), l'emploi d'été au Québec constituerait pour les étudiants une norme pour acquérir très tôt une autonomie financière. Qu'il s'agisse de travailler pour un employeur, de démarrer sa propre entreprise sous forme d'entreprise d'été ou de coopérative de travail, ou encore de faire du bénévolat, ces premières expériences sur le marché du travail sont riches en apprentissages. En plus d'en apprendre sur l'argent (sa valeur, les efforts à déployer pour le gagner et la bonne façon de le gérer), les adolescents apprennent à communiquer, à prendre des initiatives, à se débrouiller, à organiser leur temps,

à résoudre des problèmes et à développer leur confiance en soi. Un projet estival gagnant peut fournir une préparation structurée à l'emploi et à la rédaction d'un curriculum vitae, ainsi qu'à proposer un horaire qui concilie emploi d'été et apprentissages estivaux.

EXEMPLES INSPIRANTS

Entreprise d'été

Programme ontarien qui permet aux jeunes de 15 à 29 ans de créer leur propre emploi d'été en suivant une formation pratique, en ayant du soutien financier et en ayant de l'aide pour le démarrage de leur entreprise commerciale.

Pour en savoir plus :
Démarrer une entreprise d'été : [etudiants | ontario.ca](http://etudiants.ontario.ca)

Coopératives d'initiation à l'entrepreneuriat collectif

Coopératives de travail formées d'adolescents de 14 à 17 ans qui créent leur propre emploi d'été en offrant des services dans la communauté (gardiennage, animation et travaux d'entretien divers, etc.) en plus de s'initier à la gestion d'une entreprise collective.

Pour en savoir plus :
Coop d'initiation à l'entrepreneuriat collectif (CIEC), Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (cqcm.coop)

²⁰ <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/taux-emploi-estival-chez-etudiants-15-a-24-ans-retournant-aux-etudes-a-automne-selon-age-et-sexe-quebec-1981-2016>

BIBLIOGRAPHIE

- BARRON, B. (2006). Interest and self-sustained learning as catalysts of development : A learning ecology perspective. *Human Development*, 49, 193-224. <http://life-slc.org/docs/barron-self-sustainedlearning.pdf>
- BOURDON, S. et BARIL, D. (2016). L'intervention des acteurs non scolaires dans le soutien à la persévérance scolaire: synthèse des connaissances remise au Secrétariat à la jeunesse du Québec. Observatoire Jeunes et Société/Centre d'études et de recherches sur les transitions et l'apprentissage. http://www.erta.ca/sites/default/files/2017-02/bourdon-baril_intervention-des-acteurs-non-scolaires_2016.pdf
- CHAMBERLAND, G. et PROVOST, G. (1996). Jeu, simulation et jeu de rôle. Presses de l'Université du Québec.
- CLAES, M. (2003). L'univers social des adolescents. Les Presses de l'Université de Montréal.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ÉDUCATION. (2009, octobre). Une école secondaire qui s'adapte aux besoins des jeunes pour soutenir leur réussite: avis à la ministre de l'Éducation, du Loisir et du Sport. <https://www.cse.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/2009/10/50-0464-AV-ecole-secondaire-qui-sadapte.pdf>
- DYKE, N. (2010, hiver). La satisfaction des besoins des adolescents dans divers contextes de vie : un impact important sur la réussite scolaire au secondaire. Objectif persévérance et réussite, 2(2). Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/PSC/recherche_evaluation/BulletinObjectifPersReussite_Vol2N2Hiver2010.pdf
- GAGNÉ, D., GONZALEZ-SICILIA, D. et LAFOREST, J. (2019, novembre). Exposition des jeunes à la violence dans les jeux vidéo et les médias sociaux: synthèse des connaissances. Institut national de santé publique du Québec. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2658_exposition_violence_jeux_video_medias_sociaux.pdf
- GALLANT, N., VACHON, N., SIROIS-GAUDREAU, P., COZIC-FOURNIER, Y. et LABRECQUE, K. (2019). Portrait du bien-être des jeunes au Québec. Ensemble du Québec. Édition 2019. Institut national de la recherche scientifique et Fondation Jeunes en Tête. <https://s3.amazonaws.com/u92-fondationjeunesentete/wp-content/uploads/2020/06/02144911/1-ensemble-du-quebec-definitif.pdf>
- GENTINA, É. (2016). Marketing et génération Z. Dunod.
- GONZALO, F. (2021, 5 mai). 13 stats TikTok en 2021. *Tourismexpress*. <https://tourismexpress.com/nouvelles/13-stats-tiktok-en-2021-par-frederic-gonzalo>
- HORTEMEL, M. (2017, 1^{er} novembre). Quels sont les principaux centres d'intérêt des jeunes qui utilisent Academos. *Academos*. <https://academos.qc.ca/blogue-jeunes/bonus/interet-jeunes-academos/>
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. (s.d.). Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire, 2016-2107. <https://statistique.quebec.ca/fr/document/enquete-quebecoise-sur-la-sante-des-jeunes-du-secondaire-2016-2017>
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. (s.d.). Taux d'emploi estival chez les étudiants de 15 à 24 ans retournant aux études à l'automne selon l'âge et le sexe, Québec, 1981-2016. <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/taux-emploi-estival-chez-etudiants-15-a-24-ans-retournant-aux-etudes-a-automne-selon-age-et-sexe-quebec-1981-2016>
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. (s.d.). Faits saillants - Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire 2019. <https://statistique.quebec.ca/fr/document/enquete-quebecoise-tabac-alcool-drogue-jeu-eleves-secondaire-2019/publication/faits-saillants-enquete-quebecoise-tabac-alcool-drogue-jeu-eleves-secondaire-2019>
- LASSERRE, L. et SIMARD BROCHU, V. (2018). Guide des bonnes pratiques. Rejoindre les jeunes: défis et solutions. Citoyenneté Jeunesse. https://citoyennetejeunesse.org/wp-content/uploads/2018/10/Guide-au-MRC_Format-Graph.pdf
- MILLERAND, F., THOËR, C., VRIGNAUD, C., DUQUE, N. et GAUDET, J. (2017, été). Le visionnement de contenus de divertissement en ligne et les réseaux sociabilité chez les jeunes. *Observatoire Jeunes et Société*, 14(2), 2-3. http://www.obsjeunes.qc.ca/sites/obsjeunes.qc.ca/files/OJS_Numerique2017_1.pdf
- MINISTÈRE DE LA FAMILLE. (2021, 12 février). Démographie: la population du Québec et les familles. <https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/Famille/chiffres-famille-quebec/chiffres-famille/Pages/demographie-population-familles.aspx>
- PASSEPORT POUR MA RÉUSSITE. (s.d.). Recherche - Développement positif des jeunes. <https://www.passeportpourmareussite.ca/recherche/developpement-positif-des-jeunes/>
- PRENSKY, M. (2002). What kids learn that's positive from playing video games. <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20What%20Kids%20Learn%20That's%20POSITIVE%20From%20Playing%20Video%20Games.pdf>
- PROULX, J. (2004). Apprentissage par projet. Presses de l'Université du Québec.
- REGROUPEMENT DES MAISONS DES JEUNES DU QUÉBEC. (s.d.). Ahhh les jeunes sont tellement... Un sondage conduit auprès de 574 jeunes de 12 et 17 ans. <https://rmjq.org/smdj/smdj-2021/ahlesjeunes/>
- ROYER, C. (2006, printemps). Voyage au cœur des valeurs des adolescents : la famille, grand pilier d'un système, *Enfances, Familles, Générations* (publication no4), 1-21. <https://www.erudit.org/fr/revues/efg/2006-n4-efg1131/012896ar/>
- SALENNE, L. (2021, 16 février). Pourquoi et comment intégrer TikTok à votre stratégie de communication? Agence SLN Web. <https://www.ludosln.net/pourquoi-comment-integrer-tiktok-dans-strategie-de-communication/>
- SCHWARTZ, H. L., MCCOMBS, J. S., AUGUSTINE, C.H. et LESCHITZ, J.T. (2018). Getting to Work on Summer Learning: Recommended Practices for Success (2nd Ed). https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR366-1.html
- SLOT, E., AKKERMAN, S. et WUBBELS, T. (2019). Adolescents' interest experience in daily life in and across family and peer contexts. *European Journal of Psychology of Education*, 34, 25-43. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10212-018-0372-2>
- STATISTIQUE CANADA. (2021, 4 mars). Un portrait des jeunes Canadiens. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-631-x/11-631-x2018001-fra.htm>
- THOMASSIN, A. (2011). Cadre de référence sur l'intervention clinique destinée aux jeunes 12-18 ans et à leurs parents: volets LSSSS et LPJ. Centre jeunesse de Montréal-Institut universitaire. <http://www.santecom.qc.ca/Bibliothequevirtuelle/Centrejeunessemontreal/9782891282439.pdf>