

JOURNAL DE LA SOCIÉTÉ STATISTIQUE DE PARIS

J. DESABIE

Une étude sur la lecture de la presse

Journal de la société statistique de Paris, tome 101 (1960), p. 164-194

http://www.numdam.org/item?id=JSFS_1960__101__164_0

© Société de statistique de Paris, 1960, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « *Journal de la société statistique de Paris* » (<http://publications-sfds.math.cnrs.fr/index.php/J-SFdS>) implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

*Article numérisé dans le cadre du programme
Numérisation de documents anciens mathématiques*
<http://www.numdam.org/>

III

UNE ÉTUDE SUR LA LECTURE DE LA PRESSE

C. E. S. P. 1957

1. — OBJET DE L'ÉTUDE

L'étude quantitative et qualitative de l'audience des grands organes de diffusion : presse, cinéma, radio, télévision... constitue une des branches maîtresses de la sociologie. Elle requiert de grands moyens financiers, car l'observation précise et objective du comportement des masses coûte cher. Fort heureusement, publicitaires et annonceurs ont pour travailler avec efficacité le plus urgent besoin de ces informations et c'est le plus souvent à leur initiative qu'une documentation précieuse sur les « supports » a été rassemblée dans les principales nations occidentales. Documentation précieuse, car, en *ces domaines, l'observation ne peut être réalisée que sur l'instant; ce qui n'est pas enregistré aujourd'hui est perdu à jamais.*

L'enquête du C. E. S. P. (Centre d'Étude des Supports Publicitaires) dont il va être question ici n'est pas, bien entendu, le premier travail méthodique réalisé en France sur la presse.

Il est à peine besoin de rappeler les travaux de l'O. J. T. (devenu O. J. D.) qui sporadiquement entre 1922 et la guerre, régulièrement depuis dix ans, contrôle à de rares exceptions près l'ensemble de la presse française.

A côté des chiffres de diffusion (1) globale qu'il calcule, l'O. J. D. enregistre un certain nombre de données départementales. Partant de ces chiffres et les complétant par d'autres sources, M. Dubois a pu établir par titre et groupes de titres, des chiffres de diffusion comparables par département.

Ces données sont la base de toute étude statistique sur la presse française; nous verrons d'ailleurs qu'elles ont permis d'améliorer le plan de sondage de l'enquête du C.E.S.P.

Pour un certain nombre de titres — hebdomadiers régionaux notamment — l'étude des ventes a récemment été portée au niveau du canton (Mme Delacroix).

Ces études fondamentales laissaient cependant place à d'importants progrès : il restait, en effet, à déterminer le *nombre* et les *caractéristiques des lecteurs* de chaque journal.

Le nombre de lecteurs d'une publication ne saurait, en effet, être déduit avec certitude du nombre d'exemplaires vendus, un même exemplaire pouvant toucher un nombre très variable de lecteurs. Le taux de circulation : rapport entre le nombre de lecteurs et le nombre d'exemplaires vendus, est d'ailleurs assez fortement variable avec la périodicité et le contenu de la publication.

Les caractéristiques des lecteurs restaient également à déterminer : les statistiques de vente donnent la répartition géographique des acheteurs (dont la répartition géographique des lecteurs n'est d'ailleurs pas exactement homothétique, le taux de circulation étant, pour une même publication, variable avec la région), mais elles ne fournissent aucun renseignement sur le sexe, l'âge, le milieu social des acheteurs et des lecteurs (la méthode des corrélations multiples n'étant ici d'aucun secours pour combler cette lacune).

(1) Diffusion = Nombre d'exemplaires vendus.

Seule une enquête directe auprès du public peut apporter ces informations complémentaires (mais essentielles) sur le nombre et la qualité des lecteurs. Ce besoin a d'ailleurs été ressenti dans plusieurs pays, États-Unis, Allemagne, Angleterre (1) qui ont procédé sur ce sujet à d'importantes enquêtes.

Ainsi l'Angleterre — très en avance sur la France —, a procédé à des enquêtes en 1932, 1936, 1939, 1942, 1947 (trois enquêtes cette année-là); depuis cette date les enquêtes sont annuelles. Actuellement l'I. P. A. (Institute of practitioners in advertising) procède à une enquête quasi permanente : 5 à 6 000 personnes sont interrogées chaque trimestre. L'enquête du C. E. S. P. est d'ailleurs largement inspirée de l'enquête anglaise.

En France, d'assez nombreuses enquêtes avaient été réalisées, généralement avec d'assez faibles moyens, chacune d'entre elles n'étudiant qu'un petit nombre de publications, voire même une seule publication.

Les renseignements fournis par ces enquêtes partielles étaient donc :

- gravement incomplets (beaucoup de journaux n'ayant fait l'objet d'aucune enquête);
- très disparates, les enquêtes ayant été réalisées et publiées sans aucun souci d'homogénéité.

Le besoin se faisait donc vivement sentir d'une enquête générale sur la lecture réalisée avec de puissants moyens, permettant d'obtenir sur tous les supports de presse importants des résultats comparables, et fournissant en outre des renseignements sur l'ensemble des lectures de chacune des personnes interrogées.

Cette enquête a été réalisée en 1957 par le C. E. S. P. (Centre d'étude des supports publicitaires) organisme régi par la loi de 1901, auquel ont adhéré plus de deux cents entreprises d'annonceurs, de presse et de publicité.

La préparation de cette étude a été fort longue : près de deux années ont été consacrées à poser correctement le problème et à définir les principaux concepts.

Ce travail, qui bénéficiait d'ailleurs de l'expérience étrangère et notamment anglaise a été, tant dans sa phase préparatoire que dans ses phases ultérieures, une œuvre collective à laquelle ont collaboré de nombreux utilisateurs et techniciens.

2. — *Définition des principaux concepts*

Avant d'entreprendre une étude de cette importance, il est essentiel de définir avec rigueur les concepts qui seront retenus.

Ceux-ci doivent être suffisamment élaborés pour satisfaire aux besoins des utilisateurs, mais suffisamment simples et commodes pour être maniés par des enquêteurs dans une enquête auprès du grand public; l'équilibre est parfois difficile à trouver entre ces exigences contraires.

2.1 *Choix de l'unité statistique*

La lecture étant essentiellement un acte individuel, l'unité statistique devait évidemment être la personne et non le foyer.

Toutefois, dans nombre de problèmes économiques, commerciaux que l'enquête

(1) La Belgique prépare actuellement une enquête du même type.

devait aider à résoudre, l'agent économique qu'il est pertinent de retenir est bien le foyer : avec pour responsable le chef de famille parfois... la ménagère plus souvent. Pensant à ces exemples nombreux et importants (électroménager, produits d'entretien...), on s'est réservé la possibilité de passer de l'unité statistique : « personne », à l'unité statistique « foyer », en isolant au dépouillement les *ménagères*; une ménagère est une femme qui, dans son foyer, occupe la position de « chef de famille » ou d'« épouse du chef de famille ». Suivant cette définition très simple et très rigoureuse, il y a bien, et c'est le résultat souhaité, une seule « ménagère » par foyer.

En revanche, il existe des foyers (un peu plus d'un million) sans ménagère : c'est le cas des foyers constitués par un homme seul ou encore par le frère et la sœur (la femme n'étant alors ni chef de famille ni épouse du chef de famille); ce léger défaut pourrait d'ailleurs être corrigé.

Il eût également été possible (cela n'a pas encore été fait) d'isoler au dépouillement les chefs de famille, quel que soit leur sexe; cette présentation serait judicieuse pour certains travaux (marché de l'auto, des assurances...).

2.2 Définition du « Domaine d'études »

Ont été exclus du domaine d'études :

1) Les enfants et les très jeunes gens (moins de 18 ans).

— Ceux-ci ne sont que pour une faible part des agents économiques autonomes;
— leurs lectures sont trop différentes de celles des adultes.

Il était donc normal de les éliminer; sans doute aurait-il été intéressant de situer la coupure un peu plus bas, mais il est très difficile de joindre et interroger sérieusement à domicile les jeunes de 15 à 17 ans.

2) Les Français résidant hors de France métropolitaine et même en Corse; un souci d'économie imposait cette décision.

3) Les étrangers résidant en France.

Cette mesure était dictée par la base de sondage utilisée (listes électorales).

4) La population « comptée à part » : militaires du contingent, internés, malades et vieillards hospitalisés, religieux vivant en communauté, pensionnaires des établissements d'enseignement, d'accès difficile et de faible intérêt économique.

Finalement le domaine d'études se définit donc comme étant *l'ensemble des personnes âgées de 18 ans et plus, de nationalité française, résidant en France métropolitaine à l'exclusion de la Corse et de la population comptée à part*.

On peut évaluer, d'après le recensement de 1954, à 28,8 millions l'effectif de cette population.

Il est à noter que la base de sondage utilisée (listes électorales) ne permettait pas de saisir la totalité des personnes appartenant au domaine d'études : les jeunes de 18 à 21 ans ont pu être rattachés à l'échantillon, comme on le verra plus loin; mais les deux millions de Français majeurs non inscrits sur les listes électorales ont échappé en totalité à l'enquête.

Il n'y a pas lieu cependant de s'exagérer l'importance de l'écart qui existe entre la population constituant le domaine d'études et la population effectivement saisie par l'enquête. Même dans l'hypothèse pessimiste et sans doute irréaliste où les lectures des deux millions de personnes non inscrites sur les listes électorales seraient très différentes des lectures des personnes saisies par l'enquête, il n'en saurait résulter d'erreur grave, comme le montrent tous les exemples numériques que l'on peut se donner. Il aurait évidemment été possible d'ajouter une restriction supplémentaire au domaine d'études, tenant compte

de l'inscription sur les listes électorales, mais aucune statistique n'aurait pu être tirée du recensement concernant la population ainsi définie; le redressement de l'échantillon n'aurait donc pu être réalisé. C'est pourquoi, sans hésitation, nous avons préféré conserver la définition du domaine d'études donné plus haut; les extrapolations sont donc, malgré l'imperfection de la base de sondage, réalisées sur la population de 28,8 millions de personnes ainsi définie.

2.3 *Définition du mot « lecture »*

La « lecture » d'une publication peut être définie d'innombrables manières; toutefois, dans une enquête menée auprès du grand public et portant sur un nombre élevé de publications, une définition très simple doit de toute évidence être préférée. C'est pourquoi le mot lecture a été pris dans son acception la plus large de : « *avoir tenu dans les mains, feuilleté, ou lu* ».

Toute référence à une dimension supplémentaire telle que le « temps consacré à la lecture de chaque publication, attention prêtée à la lecture » devait être sans hésitation bannie d'une enquête portant sur un grand nombre de titres (1). On peut remarquer d'ailleurs que le fait d'avoir feuilleté un journal offre une occasion d'y voir la publicité tout comme une lecture plus sérieuse et plus longue. Les nécessités du travail sur le terrain et les objectifs de cette première enquête se rejoignaient donc pour imposer cette définition.

On pouvait, en revanche, hésiter entre une étude des « habitudes de lecture » et une étude des lectures « effectivement réalisées », au cours d'une certaine période.

L'enregistrement des habitudes offre l'avantage de fournir des résultats ayant une signification au niveau individuel, ce qui est intéressant, notamment si l'on cherche à établir une typologie (chaque individu étant alors caractérisé par *l'ensemble* de ses lectures).

Il présente malheureusement l'inconvénient d'être beaucoup moins précis.

1^o — Les adverbes tels que : habituellement, souvent, quelquefois, jamais... ont un sens très variable suivant les individus, même lorsqu'on fait effort pour en préciser le sens.

2^o — Le souci de faire bonne impression à l'enquêteur est parfois la cause de déclarations peu sincères favorisant les publications prestigieuses aux dépens des publications de moindre standing.

Or, il est évidemment plus facile d'être sincère lorsqu'on est interrogé sur des faits précis (peut-être occasionnels) que sur des habitudes.

Telle personne reconnaîtra facilement avoir lu *Nous deux* la semaine dernière qui n'avouerait pas le lire habituellement.

Telle personne reconnaîtra n'avoir pas lu *Réalités* le mois dernier qui avouerait difficilement ne jamais le lire.

On décida donc de décrire non le *comportement habituel des Français, mais leur comportement réel à la date de l'enquête*, c'est-à-dire leurs lectures :

- de la veille pour les quotidiens;
- des sept jours précédents pour les hebdomadaires;
- des trente jours précédents pour les mensuels,
- chaque catégorie de publication étant étudiée sur une période.*

(1) Des enquêtes ultérieures permettront sans doute d'introduire ces dimensions supplémentaires.

Il est à noter que cette définition ne comporte aucune référence au « dernier numéro » : un individu ayant lu un numéro ancien de *Match* au cours des sept derniers jours, ainsi d'ailleurs qu'une personne ayant lu la même semaine plusieurs numéros différents de *Match* était comptée comme *un lecteur de Match*.

2.4 Champ de l'enquête. Choix des publications étudiées

Ce problème se posait :

- au stade de l'enquête sur le terrain;
- au stade de la publication des résultats.

1^o) au stade de l'enquête sur le terrain

S'il est possible, en effet, de poser en ce qui concerne les quotidiens une question ouverte du type : « Quels journaux quotidiens avez-vous lus hier? », on ne saurait agir de même pour les hebdomadaires et mensuels :

- parce que *leur ensemble est très nombreux et mal défini*
- parce que la mémoire, soumise à un plus *rude effort*, sur une période de 7 ou 30 jours, *doit être aidée*; il est donc nécessaire de présenter à la personne interrogée une *liste de titres*, le champ de l'étude étant, dès *l'enquête sur le terrain, limité par cette liste*.

En fait, trois groupes de publications (correspondant aux trois pavés de la partie II du questionnaire) doivent être distingués.

a) *Les quotidiens nationaux* (y compris l'*Équipe*), régionaux et départementaux.

Tous ont été retenus au stade de l'enquête sur le terrain.

b) *Les hebdomadaires et mensuels nationaux*

On se limita — dès l'enquête sur le terrain — à l'étude de 57 d'entre eux (à quelques exceptions près les plus importants par le tirage à la date où le choix a été réalisé). Chacun d'entre eux était représenté par une carte reproduisant son titre (*cf. § 4.3*).

c) *Les hebdomadaires régionaux*

Dans chaque région, une liste devait être remise aux enquêteurs, mais parfois cette précaution a été omise — par ailleurs la question était, là encore, ouverte et les enquêteurs devaient dans tous les cas enregistrer sans aucune limitation les titres qui leur étaient déclarés.

A ce stade, le champ de l'étude est donc en principe complet pour les hebdomadaires régionaux; en fait, il est évident *a posteriori* qu'il aurait été préférable de procéder pour les hebdomadaires régionaux comme pour les hebdomadaires et mensuels nationaux.

2^o) Au stade de la publication des résultats

Les résultats de l'étude ont été publiés individuellement pour :

- 13 quotidiens de Paris (y compris l'édition quotidienne de l'*Équipe*);
- 51 quotidiens de province;
- 57 périodiques nationaux (hebdomadaires et mensuels);
- 10 hebdomadaires régionaux.

Dans chaque groupe, le choix des publications retenues a été réalisé en tenant compte uniquement du nombre de lecteurs, donc de la possibilité de présenter les résultats avec un certain détail. En fait, la limite inférieure adoptée a été de 80 000 lecteurs pour les quo-

tidiens, et pour les hebdomadaires régionaux. Sans doute aurait-il mieux valu remonter cette limite aux environs de 150 000.

Nous mentionnerons simplement les difficultés de détail soulevées :

- 1^o — par certains quotidiens régionaux ayant une édition du matin et une édition du soir;
- 2^o — par certains quotidiens et hebdomadaires régionaux possédant plusieurs éditions locales et paraissant sous des titres différents.

3. — *Échantillon et procédé d'extrapolation*

3.1 *Le plan de sondage*

3.1.1 *Principes généraux*

Adoption d'un échantillon aléatoire de gros effectif.

Compte tenu des objectifs que l'on s'était fixés, il était évidemment nécessaire d'adopter des techniques d'échantillonnage tout à fait rigoureuses. Sans aucune hésitation, il fut donc décidé d'adopter un *échantillon aléatoire de gros effectif*, qui seul pouvait permettre d'étudier avec une suffisante précision la population des lecteurs de publications d'assez faible diffusion.

3.1.2 *Répartition géographique de l'échantillon*

Il était également évident *a priori* que les caractéristiques du plan de sondage seraient imposées par les nécessités de l'étude des quotidiens et hebdomadaires de province. En effet, beaucoup des journaux régionaux ou départementaux que l'on souhaitait étudier n'avaient qu'un assez petit nombre de lecteurs répartis sur une zone géographique assez étroite et ne coïncidant même pas toujours avec des limites départementales. Un échantillon satisfaisant pour l'étude des journaux de province devait être, *a fortiori*, satisfaisant pour l'étude des journaux nationaux.

On disposait d'ailleurs d'une documentation statistique permettant d'améliorer sensiblement l'efficacité du plan de sondage : en effet, pour chacun des journaux de province retenus dans l'étude, le nombre d'exemplaires vendus était connu par département. Cette donnée de base permettait de chercher une répartition efficace de l'échantillon entre les départements.

Le problème posé en ces termes était très intéressant et même assez original ; sa solution rigoureuse aurait exigé le recours aux techniques de « programmation ».

Repérons par l'indice h un département;

par l'indice λ un journal.

Soit M_h le nombre d'adultes du département h ,

m_h le nombre d'adultes échantillon de ce même département,

$P_{\lambda, h}$ le nombre de lecteurs du journal λ pour 100 adultes du département h (1).

$$Q_{\lambda, h} = 1 - P_{\lambda, h}$$

Soit $MP_{\lambda} = \sum_h M_h P_{\lambda, h}$ le nombre total de lecteurs du journal λ ,

il est estimé par :

$$Mp_{\lambda} = \sum_h M_h p_{\lambda, h}$$

où $p_{\lambda, h}$ désigne le nombre de lecteurs du journal λ pour 100 adultes échantillon dans le département h .

(1) Que l'on peut en première approximation supposer égal au nombre d'exemplaires du journal vendus pour 100 foyers du département h .

La variance de cet estimateur est égale à : $V(Mp_\lambda) = \sum_h M_h^2 \frac{P_{\lambda, h} Q_{\lambda, h}}{m_h}$ que l'on peut écrire :

$$V(Mp_\lambda) = \sum_h \frac{A_{\lambda, h}}{m_h}$$

en posant

$$M_h^2 P_{\lambda, h} Q_{\lambda, h} = A_{\lambda, h}$$

$A_{\lambda, h}$ est un nombre connu pour tout λ et tout h .

La précision relative à obtenir pour chaque journal (elle s'exprime sous forme d'une limite supérieure imposée au coefficient de variation de l'estimation du nombre de lecteurs) étant fixée, le problème est donc de chercher la répartition de l'échantillon qui permette d'obtenir pour chaque journal cette précision avec un échantillon national aussi faible que possible, soit à traiter le système suivant (où tout $m_h > 0$) :

$$\sum_h m_h \text{ minimum}$$

$$\sum_h \frac{A_{\lambda, h}}{m_h} \leq \alpha_\lambda \text{ (pour tout } \lambda)$$

Le programme n'est d'ailleurs pas linéaire, les contraintes étant linéaires non en m_h mais en $\frac{1}{m_h}$.

Faute de temps et de moyens matériels, une solution mathématique rigoureuse n'a pu être cherchée. Le problème a été posé en ces termes mais résolu par tâtonnements, en commençant par des journaux ne touchant qu'un seul département.

Bien entendu, les taux de sondage finalement retenus devaient être, pour permettre un dépouillement commode, simple et peu nombreux : on retint en fait les taux de sondage :

$$\frac{1}{500}, \frac{1}{1000}, \frac{1}{2000}, \frac{1}{5000}$$

Nous verrons d'ailleurs plus loin que les localités de chaque département étaient réparties en quatre strates (d'après leur caractère plus ou moins rural ou urbain); le taux de sondage augmentant des strates rurales aux strates urbaines, car les citadins lisent plus et sont d'accès moins coûteux que les ruraux.

3.1.3 Dispersion géographique de l'échantillon

Pour réduire le coût de collecte, il fallait bien entendu tirer un échantillon à deux ou trois degrés.

Le canton est une très bonne unité primaire (relativement hétérogène et de population assez peu variable). On tira donc un échantillon à trois degrés : canton, commune, personne. Il était toutefois nécessaire de recourir à un échantillon *extrêmement dispersé*. Certains journaux de province sont lus dans une zone assez peu étendue et ne coïncidant pas avec les limites départementales. Faute de pouvoir utiliser ces zones de diffusion comme strates, ce qui aurait notablement compliqué le tirage, il était nécessaire de disperser fortement l'échantillon.

3.1.4 Unité de Sondage et base de sondage

On pouvait envisager de tirer :

- un échantillon de personnes;
- un échantillon de ménages.

La deuxième solution fut rapidement éliminée pour plusieurs raisons.

1^o — Le fichier des feuilles de logement du Recensement de 1954 n'est pas disponible pour les enquêtes privées.

2^o — Le caractère simultanément individuel et familial de la lecture *ne permet pas d'interroger dans de bonnes conditions l'ensemble des adultes d'un ménage*. Des réponses tantôt individuelles, tantôt collectives seraient fournies dans une grande confusion (1).

3^o — Par ailleurs le ménage constitue une grappe *évidemment peu efficace*.

Il fut donc décidé de tirer un échantillon de personnes.

3.1.5 Introduction des jeunes de 18 à 21 ans dans le plan de sondage

Un échantillon correct de jeunes de 18 à 21 ans a pu être obtenu en liant le sort de ceux-ci à celui de leur chef de famille, cf. 3.2.6.

3.2 Description du plan de sondage

Ces principes ont conduit à l'adoption d'un plan de sondage présentant les caractéristiques techniques suivantes.

3.2.1 Effectif de l'échantillon

Un échantillon de 25 171 personnes a été prélevé par tirage au sort sur les listes électorales; il a été complété par un échantillon de jeunes de 18 à 21 ans dans les conditions précisées plus loin.

3.2.2 Stratification

A l'intérieur de chaque département, on avait constitué les strates suivantes (2) :

- a) Agglomérations de 50 000 habitants et plus.
- b) Cantons contenant une commune ou agglomération de 10 à 50 000 habitants.
- c) Cantons contenant une commune urbaine de moins de 10 000 habitants.
- d) Cantons ne contenant que des communes rurales.

Il y avait donc, au total, $89 \times 4 = 356$ strates, dont certaines étaient vides : départements ne contenant pas d'agglomération de plus de 50 000 habitants, ou d'agglomération de 10 à 50 000 habitants.

3.2.3 Taux de sondage

On a vu qu'il était nécessaire d'adopter plusieurs taux de sondage différents :

1. afin d'assurer une répartition de l'échantillon entre les départements suffisamment voisine de l'optimum défini dans le paragraphe 3.1.2;
2. afin également d'augmenter à l'intérieur de chaque département l'importance

(1) Les inconvénients 2 et 3 auraient pu être éliminés en recourant à la méthode de Kish (dans chaque ménage une personne est désignée par le sort et interrogée). Toutefois, l'inconvénient n° 1 suffisait lui-même à faire rejeter la méthode; par ailleurs, la méthode de Kish impose des pondérations peu commodes lorsque le plan de sondage est déjà par ailleurs assez complexe (quatre taux de sondage).

(2) Quelques exceptions mineures ont été introduites dans ce plan théorique. *Ex.* : regroupement de strates trop peu importantes.

relative de l'échantillon dans les strates urbaines, une interview réalisée en ville coûtant moins cher et apportant plus d'informations qu'une interview réalisée à la campagne, mais que néanmoins il était souhaitable pour la commodité de l'exploitation de n'utiliser qu'un petit nombre de taux de sondage simples.

Après quelques tâtonnements, on décida de retenir les taux de sondage :

$$T = \frac{1}{500}; \quad T = \frac{1}{1\,000}; \quad T = \frac{1}{2\,000}; \quad T = \frac{1}{5\,000}.$$

Dans chaque département, les taux de sondage des 4 strates furent choisis parmi ces 4 taux

- en respectant la condition $T_a \geq T_b \geq T_c \geq T_d$ (1);
(où l'indice indique la strate)
- en assurant pour le département un échantillon global suffisamment voisin de l'optimum.

On a donné en annexe, pour chaque strate, le taux de sondage; le nombre de cantons échantillon; le nombre d'électeurs échantillon.

Remarquons d'ailleurs que l'adoption de taux de sondage différents :

1) a notablement compliqué le redressement de l'échantillon et le dépouillement de l'enquête, puisque les réponses devaient être pondérées par 1, 2, 4 ou 10;

2) aurait pu être la cause d'erreurs aléatoires importantes dans l'estimation des effectifs de certaines sous-populations et notamment dans l'étude des « duplications » (ou estimation du nombre de lecteurs communs à deux publications) et ceci bien que le taux extrême : $\frac{1}{5\,000}$ ait été rarement employé;

3) empêche de retrouver simplement le nombre d'observations à partir desquelles une estimation déterminée a été réalisée. Les jugements sur la précision sont donc rendus plus complexes.

Pour toutes ces raisons, on peut considérer que lorsqu'une enquête similaire sera reprise, il y aura avantage à adopter un seul taux de sondage ou peut-être deux $\frac{1}{1\,000}$ et $\frac{1}{2\,000}$, quitte à renoncer à l'étude individuelle de certains journaux de province.

3.2.4 Tirage de l'échantillon dans chaque strate.

Strates a.

Les agglomérations de 50 000 habitants et plus (au nombre de 49) ont toutes été introduites d'office dans l'échantillon, chacune d'entre elles était donc considérée comme un univers dans lequel :

— La ville principale était sondée à un seul degré;

— Les communes agglomérées réparties en plusieurs strates (pour les agglomérations les plus importantes) étaient sondées à deux degrés :

— 1^{er} degré : commune;

— 2^e degré : électeurs.

Le mode de tirage adopté assurait les mêmes chances de sortie à tous les électeurs d'une même strate.

En effet, dans chaque strate de banlieue, le tirage des communes était réalisé avec des chances proportionnelles au nombre d'électeurs, le même nombre d'électeurs étant tiré au sort dans chacune des communes échantillon de la strate.

Dans chaque agglomération, le nombre de communes agglomérées retenues dans l'échantillon était très élevé : 55 dans l'agglomération parisienne; 90 dans la zone suburbaine de Paris; 7 dans l'agglomération lyonnaise; etc.

Strates b, c, d. (2)

Le tirage a été réalisé à trois degrés : (3)

— 1^{er} degré : cantons;

— 2^e degré : communes;

— 3^e degré : électeurs.

(1) A une ou deux exceptions près.

(2) La description donnée ici est volontairement schématisée.

(3) Dans certains départements, toutes les unités primaires de la strate b : agglomérations de 10 à 50 000 habitants ont été introduites dans l'échantillon.

Le mode de tirage adopté assurait les mêmes chances de sortie à tous les électeurs d'une même strate. En effet, dans chaque strate, le tirage des cantons, puis le tirage des communes à l'intérieur de chaque canton échantillon, était réalisé avec des chances proportionnelles au nombre d'électeurs, le même nombre d'électeurs étant tiré au sort dans chacune des communes échantillon de la strate.

Le plan de sondage a été réalisé dans des conditions permettant un éventuel calcul d'erreur en regroupant certaines strates entre elles. Dans presque toutes les unités primaires sondées à deux degrés, 2 communes au moins étaient tirées.

— Dans chaque commune échantillon, l'échantillon d'électeurs était ainsi d'ailleurs que dans les strates a désigné par tirage systématique.

3.2.5 Dispersion géographique

La dispersion géographique de l'échantillon est extrême.

- En plus des 49 agglomérations des strates a,
- On a tiré 215 cantons des strates b.
- 138 cantons des strates c.
- 121 cantons des strates d.

3.2.6 Introduction des jeunes de 18 à 21 ans dans le plan d'enquête

Le sort des jeunes de 18 à 21 ans a été lié à celui de leur chef de famille dans les conditions suivantes :

« Lorsque l'électeur échantillon était « chef de famille », l'enquêteur devait interroger, outre le chef de famille lui-même, toutes les personnes nées entre le 1^{er} janvier 1936 et le 31 décembre 1939, vivant à son foyer. Lorsque l'électeur-échantillon n'était pas « chef de famille », « aucun des jeunes gens nés entre ces deux dates ne devait être interrogé ».

Les jeunes gens, âgés de 18 à 21 ans à la date de l'enquête et vivant dans leur famille, avaient donc les mêmes chances d'être interrogés que leur chef de famille et, par conséquent, que toute personne figurant sur les listes électorales.

L'application de cette règle exigeait une définition rigoureuse et simple des mots « famille » et « chef de famille »; ces définitions étaient rappelées sur le questionnaire.

N. B. — Par le même procédé, il aurait été possible de saisir les personnes majeures, non inscrites sur les listes électorales et vivant dans une famille dont le chef figure sur ces listes. Il eût été nécessaire de demander pour chacun des adultes vivant dans les foyers touchés par l'enquête, s'il était inscrit sur les listes électorales; l'inconvénient psychologique aurait été très sérieux et nullement compensé par le faible gain de précision.

3.2.7 Le redressement de l'échantillon

L'échantillon était déformé :

1) Parce que la base de sondage utilisée ne permettait pas d'atteindre la totalité des personnes appartenant au domaine d'études (2 millions de français majeurs ne figurent pas sur les listes électorales; un certain nombre de jeunes de 18 à 21 ans ne vivent pas dans un foyer dont le chef est électeur).

2) Parce que, malgré les efforts des enquêteurs, dont beaucoup s'astreignaient à travailler aux heures des repas, certaines des personnes désignées par le sort ont échappé à l'enquête pour l'un des motifs suivants :

a) Changement d'adresse (l'adresse figurant sur les listes électorales était périmée, la nouvelle adresse étant inconnue ou trop éloignée des points d'enquête).

b) Absence habituelle du domicile, ceci se produisait notamment lorsque l'électeur était inscrit dans une commune où il possédait une résidence secondaire. (L'enquêteur ne devait pas abandonner avant d'avoir tenté au moins 3 visites.)

c) Refus de répondre.

Par suite de ces échecs, 19 270 questionnaires ont été effectivement remplis par des adultes (plus de 21 ans), alors que l'échantillon théorique était de 25 171 électeurs.

En ce qui concerne les jeunes gens (18 à 21 ans), 661 questionnaires ont été établis; si l'enquête avait été parfaite, il y en aurait eu à peu près le double. Le déficit est ici particulièrement élevé, les jeunes gens étant spécialement difficiles à joindre.

Ce déficit a deux conséquences :

1^o) Il réduit la taille de l'échantillon réellement utilisable, mais ceci est sans gravité : en effet, l'échantillon théorique avait été gonflé en prévision de ce déficit dont l'importance relative avait été assez exactement prévue et d'ailleurs légèrement surestimée.

2^o) Il déforme l'échantillon : en effet, les déménagements, absences et refus de répondre ne se produisent pas également dans toutes les classes de la population. L'imperfection de la base de sondage a des conséquences exactement semblables, les personnes non inscrites sur les listes électorales ne se répartissant pas équitablement par sexe, âge, milieu social.

Pour ces raisons, il était, comme dans toute enquête aléatoire, nécessaire de procéder au « redressement de l'échantillon ».

En multipliant parfois par deux et plus rarement par trois ou quatre le poids de questionnaires tirés au sort parmi les catégories déficitaires, il a été possible d'obtenir un échantillon qui soit la miniature exacte de la population étudiée (connue par le recensement de 1954) en ce qui concerne la répartition par :

- 1 — Région O. J. D. (voir carte en annexe), sexe et âge.
- 2 — Sexe et habitat.
- 3 — Sexe et catégorie socio-professionnelle individuelle.

Les concepts : région O. J. D., habitat, catégorie socio-professionnelle sont définis plus loin.

Ceci veut dire que, dans chacune des cases des trois répartitions, l'effectif échantillon ainsi redressé et pondéré est approximativement égal au 1/500 de l'effectif recensé en 1954.

Les répartitions par sexe, âge et habitat; par sexe, âge et catégorie socio-professionnelle, moins étroitement contrôlées, sont néanmoins correctes.

(Les groupements utilisés pour l'âge, l'habitat et la catégorie socio-professionnelle individuelle sont les mêmes que ceux qui ont été également retenus pour la présentation des résultats.)

On remarquera que cette méthode *repose sur l'hypothèse raisonnable suivant laquelle, à l'intérieur d'un groupe socio-démographique homogène, les personnes qui ont échappé à l'enquête ont des lectures statistiquement peu différentes de celles des personnes qui ont été saisies par l'enquête.*

Sur une population étudiée de 28,8 millions de personnes, une population de 21,4 millions a été saisie par l'enquête. Les résultats obtenus pour cette sous-population ont été extrapolés à la sous-population de 7,4 millions en s'appuyant sur l'hypothèse raisonnable qui vient d'être rappelée.

4 — *La méthode d'enquête — Le questionnaire*

4.1 Rappelons que l'enquête avait pour objet de saisir les lectures des Français sur une période de :

- 1 journée (la veille) pour les quotidiens;
- 7 jours (précédents) pour les hebdomadaires;
- 30 jours (précédents) pour les mensuels.

L'objet des observations était *l'individu et non la famille*. L'interview elle-même était strictement personnelle; il était interdit aux enquêteurs, sous peine de renvoi, de remplir le questionnaire d'une personne en se renseignant sur ses lectures auprès de ses proches.

4.2 Voici l'énoncé complet de la question relative aux quotidiens — cf. questionnaire reproduit en annexe.

Dans la journée d'hier (1) (2), quels journaux quotidiens, c'est-à-dire paraissant tous les jours, avez-vous feuilletés, eus en mains ou lus?

(Les instructions complémentaires suivantes figuraient sur le questionnaire.)

« Préciser, si nécessaire, à plusieurs reprises, en adaptant à chaque cas :

- que par « lu », il faut entendre non seulement lu à fond, mais aussi simplement feuilleté, parcouru, tenu en mains, même quelques minutes;
- que peu importe si la lecture a été faite à la maison ou au dehors : chez des parents ou des amis, dans les salles d'attente, au bureau ou à l'atelier, etc...
- que peu importe la manière dont on s'est procuré le journal (achat, abonnement, prêt...);
- que nous sommes intéressés non seulement par les journaux que la personne lit régulièrement, mais aussi par ceux qu'elle a pu avoir en mains par hasard;
- qu'il s'agit des quotidiens que la personne interrogée a lus elle-même (et non pas les autres personnes de sa famille : mari, enfants, etc...);
- qu'il ne s'agit pas seulement du dernier numéro ».

Ces précisions étaient répétées à propos des hebdomadaires et des mensuels.

On remarquera les précautions prises pour définir la « lecture » avec soin — et pour définir le mot : quotidien...

4.3 Les publications étudiées étaient réparties en trois blocs :

- 4.3.1 Les quotidiens — pour lesquels on se contentait de poser une question ouverte — les défaillances de la mémoire étant ici peu à craindre.
- 4.3.2 Les hebdomadaires régionaux — les enquêteurs devaient lire la liste des principaux titres de la région, tant pour aider la mémoire de la personne interrogée que pour préciser le domaine étudié; en fait, dans de nombreux cas, les enquêteurs ont posé simplement la question ouverte comme pour les quotidiens.
- 4.3.3 Les périodiques nationaux. Ceux-ci — on l'a déjà dit — présentaient des difficultés particulières — toutes les causes d'erreurs énumérées au paragraphe 7.3 : défaillance de la mémoire, confusion entre les titres, snobisme... intervenant dans leur étude avec une acuité particulière.

Le champ de l'étude était donc — on l'a vu — limité à 57 d'entre eux, à quelques exceptions près les plus importants par le tirage; ce nombre est déjà considérable, peut-être même trop élevé.

Pour réduire le plus possible les risques d'oubli ou de confusion, une photographie en noir et blanc de chaque en-tête était collée sur carte :

- grège pour les hebdomadaires;
- bleue pour les mensuels.

Ces cartes étaient obligatoirement montrées à la personne interrogée et triées par elle (ou par l'enquêteur devant elle : solution souvent préférable, qui permettait à l'enquêteur d'imposer un rythme suffisamment lent et d'éviter des erreurs matérielles dans le tri).

Le maniement des cartes était organisé de manière à réduire les erreurs dues aux défaillances de la mémoire et à uniformiser les conditions de l'expérience pour tous les périodiques nationaux.

- a) Tri des six derniers mois.

Le tri des cartes était réalisé en deux temps.

Au cours d'un tri préparatoire, la personne interrogée isolait les publications qu'elle avait lues depuis six mois.

(1) De samedi si l'interview a lieu le lundi.

(2) Faites bien attention, surtout si l'interview a lieu le soir, que l'on s'intéresse aux lectures de la veille et non à celles du jour même.

Un deuxième tri faisait connaître les hebdomadaires lus la semaine précédente, les mensuels lus le mois précédent.

Le tri préparatoire permettait :

1) de réduire les surestimations du nombre de lecteurs dues au snobisme (1). Une personne qui pense que « cela fait bien » de lire tel mensuel sera moins tentée de mentir à la question proprement dite (sur un mois), si on lui a donné au préalable l'occasion de déclarer l'avoir lu au cours des six derniers mois;

2) de réduire le nombre des publications pour lesquelles il était demandé de situer exactement la date de la dernière lecture par rapport à la période de 7 ou 30 jours étudiée.

b) Ordre des opérations.

Une expérience anglaise a montré que l'ordre de rangement des cartes, lorsque celles-ci étaient nombreuses, n'était pas sans influencer les résultats, le nombre de lecteurs des périodiques présents les derniers étant relativement sous-estimé.

Il était donc équitable de modifier systématiquement l'ordre des cartes, tout en maintenant séparés hebdomadaires et mensuels.

Deux types de questionnaires : *A* et *B*, différant seulement par l'ordre des opérations de tri furent employés :

Questionnaire A

1. Tri des 6 mois pour les hebdomadaires.
2. Tri des 6 mois pour les mensuels.
3. Tri de la semaine dernière pour les hebdomadaires lus au cours des 6 mois (ou douteux).
4. Tri du mois dernier pour les mensuels lus au cours des 6 mois (ou douteux).

Questionnaire B

1. Tri des 6 mois pour les mensuels.
2. Tri des 6 mois pour les hebdomadaires.
3. Tri du mois dernier pour les mensuels lus au cours des 6 mois (ou douteux).
4. Tri de la semaine dernière pour les hebdomadaires lus au cours des 6 mois (ou douteux).

A l'intérieur des groupes « hebdomadaires » et « mensuels », l'ordre de présentation des cartes variait naturellement, à une exception toutefois : les enquêteurs devaient présenter à la suite des publications dont les titres risquaient d'être confondus :

Ex. Sélection — Constellation;

Journal du Dimanche et France-Dimanche;

Votre Mode, Mode de Paris, Mode du Jour.

La méthode utilisée pour les périodiques nationaux a donné de très bons résultats et l'on peut même penser qu'il y aurait eu intérêt à agir de même pour les quotidiens et pour les hebdomadaires de province (2) — les observations auraient été sans doute encore plus précises et la définition des groupes de titres plus nette.

* *

5. — *Exécution de l'enquête*

5.1 *Préparation*

Les grandes lignes de l'enquête se sont dégagées assez lentement; au cours d'une période préparatoire de plus d'un an, de nombreux techniciens, après une étude attentive des expériences étrangères, mirent sur pied un projet de questionnaire.

La mise au point définitive du questionnaire fut l'objet :

1^o) d'une étude pilote, réalisée par la Société ORIC, comprenant une réunion de groupe, 200 interviews classiques et une trentaine d'entretiens cliniques;

2^o) d'une enquête partielle, menée dans les 4 départements du Loiret, du Cher, du Loir-et-Cher et de l'Eure-et-Loir.

Le questionnaire n'ayant subi que des retouches de détail à la suite de cet essai, l'enquête fut, à très juste titre, considérée comme terminée dans cette région.

5.2 *Dates de l'enquête*

L'enquête fut réalisée en mai et juin 1957 dans les quatre départements de la région d'Orléans, d'octobre 1957 à février 1958 sur le reste de la France, avec une interruption toutefois pendant la période des fêtes au cours de laquelle il était psychologiquement dif-

(1) En se limitant, bien entendu, dans chaque région aux titres qui y sont effectivement lus.

(2) Et plus généralement au désir, bien naturel, de donner quelques réponses positives.

ficile et techniquement peu souhaitable de poursuivre l'enquête. Cet étalement relativement important réduit, dans une large mesure, l'effet des variations accidentelles des tirages (événement politique, sportif ou mondain important) et dans une certaine mesure l'incidence des variations saisonnières.

Ce serait, néanmoins, un progrès de réaliser une telle enquête en quatre vagues successives espacées de trois mois, comme en Angleterre.

5.3 Sélection et formation des enquêteurs

Tous les enquêteurs de l'enquête Presse avaient déjà participé à plusieurs enquêtes par sondage. Leur formation comportait une période d'instruction de deux jours.

- 1^e journée : explications, exercices en chambre.
- 2^e journée : essais sur le terrain, suivis d'une critique collective des questionnaires remplis.

Par ailleurs, chaque enquêteur était accompagné par une monitrice au cours d'une tournée d'essai; plusieurs enquêteurs furent rejettés à la fin de cette période préparatoire.

De plus, les enquêteurs savaient qu'à tout moment ils étaient susceptibles d'être l'objet d'une contre-enquête du C. E. S. P.

Ajoutons, enfin, que la plupart des 270 enquêteurs travaillaient dans des localités proches de leur domicile, ce qui, à bien des égards, facilitait leur travail en leur assurant un meilleur contact avec les personnes interrogées.

Accueil :

L'enquête a été bien accueillie par le public. Les refus de répondre furent assez rares, moins de 7 % des personnes visitées et, la plupart du temps, les réponses étaient fournies de très bonne grâce aux enquêteurs.

* * *

6. — Présentation des résultats.

6.1 Les résultats de l'étude sont provisoirement confidentiels.

Les résultats de l'enquête Presse occupent 4 volumes assez gros et quelques brochures; ils sont confidentiels, étant réservés aux sociétés adhérentes du C. E. S. P. Ils tomberont toutefois dans le domaine public au moment du lancement de la prochaine enquête qui aura lieu en 61 ou 62 sur le même sujet.

6.2 Caractères socio-démographiques retenus dans l'analyse.

Les caractères retenus dans l'analyse sont au nombre de sept.

1. Le Sexe.

On a vu que, parmi les femmes, on avait distingué les « ménagères », ce qui fournissait indirectement des résultats par foyer.

La classification employée dans la présentation des tableaux est la suivante :

Hommes;
Femmes (ménagères ou non);
Ménagères.

2. L'Age.

Avec les groupes suivants :

18 à 24 ans;

25 à 34 ans;

35 à 49 ans;

50 à 64 ans;

65 ans et plus.

N. B. — L'année de naissance est perforée dans les cartes.

3. La catégorie socio-professionnelle.

Le questionnaire comportait une batterie de questions :

- sur la profession actuelle de la personne interrogée;
- sur son ancienne profession, si elle ne travaillait plus;
- sur l'actuelle profession du chef de famille;
- (et, pour les femmes veuves ou divorcées, sur l'ancienne profession de leur mari).

A l'aide de ces renseignements, la catégorie socio-professionnelle a été attribuée de la manière suivante :

1. — A une personne active :

D'après sa profession actuelle (un travailleur familial étant considéré comme appartenant à la même catégorie que la personne qu'il aide dans son travail) (1).

2. — A une personne non active :

- a) si elle n'est pas elle-même chef de famille :
 - d'après la profession actuelle de son chef de famille;
- b) si elle est chef de famille et a exercé autrefois une profession :
 - d'après cette ancienne profession;
- c) si elle est chef de famille et n'a jamais travaillé (cas assez fréquent chez les femmes veuves ou divorcées) :
 - d'après l'ancienne profession du mari.

Dans tous les cas où il était impossible de déterminer ainsi une catégorie socio-professionnelle de rattachement, la personne était classée dans la catégorie des « inactifs », *catégorie dont le sens ici est donc très particulier*.

Ces règles simples et systématiques permettaient de classer un nombre aussi élevé que possible de personnes dans une catégorie qui situait leur niveau social, économique et culturel.

Remarque 1 :

Il est possible pour des exploitations ultérieures de revenir au concept de catégorie socio-professionnelle individuelle (d'après la profession actuelle de la personne interrogée).

Ou de catégorie socio-professionnelle du chef de famille (d'après la profession actuelle du chef de famille).

Remarque 2 :

Il n'existe pas, dans le recensement de 1954, de statistique (2) suivant la catégorie socio-professionnelle au sens où nous l'avons définie plus haut; c'est donc suivant la catégorie sociale individuelle (profession actuelle de la personne interrogée) et non suivant la catégorie sociale retenue dans la présentation des tableaux que l'échantillon a dû être redressé; il n'en résulte d'ailleurs pas d'inconvénient sérieux, les deux classifications étant notamment identiques pour toutes les personnes actives.

Les groupes adoptés dans la présentation des tableaux sont les suivants :

Pour préciser le contenu de ces groupes, on a donné ci-dessous la correspondance avec la nomenclature officielle de l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques (code des catégories socio-professionnelles, 3^e édition, 1954).

<i>Agriculteurs exploitants</i>	0
<i>Salariés agricoles</i>	1
<i>Petits patrons</i> (artisans, petits commerçants, pêcheurs)	22, 23, 27
<i>Patrons et Cadres Supérieurs</i> : Industriels, commerçants moyens et gros, membres des professions libérales, professeurs, ingénieurs, cadres supérieurs administratifs ou commerciaux	21, 26 en entier
<i>Cadres moyens et employés</i> : Instituteurs, techniciens, cadres moyens administratifs ou commerciaux, employés de bureau ou de commerce.	4 et 5 en entier
<i>Ouvriers de l'industrie</i> : contremaîtres, ouvriers qualifiés, spécialisés et manœuvres.	6 en entier
<i>Divers</i> : groupe hétérogène comprenant notamment le personnel de service, les gendarmes, les douaniers et aussi les ecclésiastiques.	7 et 8
<i>Inactifs</i> : on rappelle la signification particulière de ce groupe dans la présente classification.	9

N. B. — Un code beaucoup plus détaillé, très voisin du code I. N. S. E. E., est perforé dans les cartes et permet par conséquent des exploitations ultérieures sur des groupes particuliers : petits commerçants par exemple, ou agriculteurs importants, etc...

(1) Un jeune agriculteur travaillant dans l'exploitation de ses parents est donc classé agriculteur exploitant et non salarié agricole.

(2) En revanche, on semble s'orienter pour la présentation des recensements et des enquêtes futures vers l'emploi d'un concept assez voisin de celui qui est retenu ici dans la présentation des tableaux.

4. *Niveau d'instruction.*

Chiffré d'après le niveau du dernier établissement d'enseignement fréquenté à temps complet.
La classification adoptée s'explique d'elle-même :

- Primaire;
- Primaire supérieure;
- Technique;
- Secondaire;
- Supérieure.

Les quelques illettrés déclarés ont été bloqués avec le premier groupe.

L'enseignement technique de niveau supérieur au baccalauréat est bloqué avec l'enseignement supérieur.

5. *Région O. J. D.*

La carte des régions O. J. D. est donnée en annexe.

N. B. — Le Département de résidence est perforé dans les cartes, ce qui permet d'autres regroupements.

6. *Habitat :*

L'habitat est déterminé d'après la population recensée en 1954 dans la commune ou l'agglomération de résidence, la définition des agglomérations est donnée dans la brochure : *Villes et agglomérations urbaines*, I. N. S. E. E., 1955.

Le regroupement adopté dans la présentation des tableaux est le suivant :

- communes rurales (moins de 2 000 habitants agglomérés);
- agglomérations de population inférieure à 10 000 habitants;
- agglomérations de population comprise entre 10 et 50 000 habitants;
- agglomérations de population supérieure à 50 000 habitants;
- Paris (agglomération et zone suburbaine).

N. B. — Un code plus détaillé est perforé dans les cartes. Il est notamment possible d'isoler les très grandes agglomérations telles que : Lyon, Marseille, Lille et d'isoler Paris-ville, son agglomération, la zone suburbaine.

7. *Effectif du foyer.*

Ne sont pas compris dans l'effectif du foyer les « sous-locataires », domestiques et salariés logés; militaires faisant leur service légal ou rappelés, élèves internes.

N. B. — Les cartes contiennent des indications plus détaillées sur la composition du foyer : nombre de jeunes de 0 à 2 ans, 3 à 5 ans, 6 à 9 ans, 10 à 17 ans.

6.3 *Résultats actuellement publiés.*

6.3.1 *Principe général.*

La présentation des résultats est tout à fait systématique, ce qui est pour le lecteur une sérieuse garantie et une commodité.

Beaucoup des résultats se traduisent par de petits nombres et sont donc individuellement peu significatifs; ils ont été néanmoins maintenus car ils peuvent être utilisés dans des groupements plus larges, ceci d'autant plus commodément que tout résultat a été publié sous forme de nombre absolu.

— La répartition de la population étudiée obtenue à partir de l'enquête est donnée en milliers par Sexe x Région x (Age + C S + Niveau d'instruction + Habitat + Effectif du foyer). Le lecteur peut donc refaire tous les calculs.

6.3.2 *Résultats titre par titre.*

Les publications citées en annexe ont été étudiées individuellement. La répartition de leurs lecteurs entre les groupes socio-démographiques a été donnée en nombres absolus et pourcentages; par ailleurs, pour chaque groupe socio-démographique, des taux de pénétration (nombre de lecteurs pour 1 000 personnes du groupe) étaient calculés.

Le sexe était « mis en facteur » pour toutes les publications comptant plus de 200 000 lecteurs, traité comme les autres variables pour les publications ayant moins de 200 000 lecteurs.

En ce qui concerne les quotidiens et hebdomadaires régionaux, une présentation supplémentaire par Région O. J. D. a été réalisée. On y trouve par exemple le taux de pénétration du « Télégramme » parmi les agriculteurs exploitants de la région « Ouest ».

6.3.3 Résultats par groupes de titres.

Les publications étudiées ont été réparties entre un certain nombre de groupes et sous-groupes.

Les groupes (et sous-groupes) constitués parmi les quotidiens et parmi les hebdomadaires de province comprennent la totalité des titres (puisque les questions posées étaient ouvertes); la définition des groupes et sous-groupes constitués parmi les périodiques nationaux est donnée en annexe.

Pour chaque groupe socio-démographique et chaque groupe ou sous-groupe de publications, on donne le nombre de personnes ayant lu 0, 1, 2, 3, ... publications de ce groupe ou sous-groupe.

6.3.4 Résultats concernant des combinaisons de titres.

L'enquête fournissait un panorama assez complet des lectures de chaque individu. Ceci a permis la réalisation des études suivantes :

1. *Étude des duplications entre titres* (par sexe).

- donnant le nombre de lecteurs communs à deux publications.

Cette étude a été réalisée (par sexe) d'une part pour 30 périodiques nationaux (C_{30}^2 combinaisons); d'autre part pour 12 quotidiens parisiens (C_{12}^2 combinaisons).

— Les titres retenus dans l'étude des duplications sont marqués d'un astérisque.

— L'intérêt de ce travail est évident, tant pour les publicitaires qui peuvent ainsi éviter les doubles comptes dans l'estimation du nombre de personnes touchées par un ensemble de deux publications que pour les journaux qui apprennent ainsi quelles sont les autres lectures de leurs lecteurs.

2. *Étude des duplications entre groupes* (par sexe).

— donnant le nombre de personnes lisant simultanément au moins une publication dans chaque combinaison de deux groupes ou sous-groupes déterminés.

ex. : nombre de personnes lisant au moins un quotidien politique de Paris et au moins un quotidien de province.

3. *Étude des duplications entre groupes et titres* (par sexe)

— donnant pour chaque titre étudié individuellement le nombre de ses lecteurs qui sont également lecteurs d'au moins une publication d'un groupe ou sous-groupe donné.

Ex. : nombre de lectrices du *Jardin des Modes* lisant un féminin du cœur.

4. *Étude des lecteurs « exclusifs »* (par sexe)

- Cette étude a été réalisée par titre :
- au niveau de l'ensemble étudié;
- du groupe;
- du sous-groupe.

Ex. : nombre de lecteurs de l'*Aurore* n'ayant lu :

- rien d'autre (dans l'ensemble des titres étudiés);
- aucun autre quotidien;
- aucun autre quotidien politique de Paris.

Elle a été réalisée également au niveau du sous-groupe.

*Ex. : lecteurs de quotidiens de province ne lisant rien d'autre;
" " " ne lisant pas d'autres quotidiens.
Et enfin au niveau du groupe.*

Et enfin au niveau du groupe.

Ex. : lecteurs de quotidiens ne lisant que des quotidiens.

5. Étude complète des combinaisons de 15 périodiques nationaux (par sexe).

Cette étude a été réalisée sur Ordinateur 704 par M. Lattes (S. E. M. A.); elle concerne les combinaisons de 15 périodiques nationaux (marqués de 2 astérisques) et donne le nombre de lecteurs de chacune des $2^{15} - 1$ combinaisons de titres qui peuvent être formées.

Par lecteur d'une « combinaison », on entend une personne lisant au moins un des titres de la combinaison (1).

•
•
•

7. — *La précision des résultats — Les différentes sources d'erreurs.*

7.1 Les résultats sont affectés par les erreurs d'échantillonnage et par les erreurs d'observations.

En ce qui concerne les quotidiens et les hebdomadaires régionaux, les erreurs d'échantillonnage l'emportent sans doute sur les erreurs d'observation.

En ce qui concerne les périodiques nationaux dont les lecteurs sont nombreux et répartis sur tout le territoire, c'est très certainement le contraire qui est vrai.

7.2 *Les erreurs d'échantillonnage.*

L'erreur d'échantillonnage comporte :

a) une erreur systématique provenant des défauts de la base de sondage et des défaillances de l'enquête sur le terrain : absence de longue durée, refus.

Le redressement de l'échantillon, réalisé avec beaucoup de soin, a sans doute réduit le biais à peu de chose.

On peut penser que ce biais, sans doute faible, tend à la surestimation du nombre de lecteurs. Les personnes qui ne votent pas prêtent sans doute un moindre intérêt à l'actualité et, ceci est plus important, les personnes qui n'ont pas le goût ou pas le temps de lire étaient sans doute, plus que les autres, tentées d'éconduire l'enquêteur.

b) une erreur purement aléatoire.

L'enquête a été réalisée dans des conditions permettant l'estimation des erreurs aléatoires; malheureusement faute de moyens, ceci n'a pu jusqu'à présent être fait.

7.3 Les erreurs d'observations.

Les erreurs d'observations peuvent être systématiques ou accidentnelles.

a) Ainsi, il n'est pas douteux que le nombre des lecteurs des journaux extrémistes et des magazines, jugés, à tort ou à raison, comme de faible standing intellectuel, est relativement sous-estimé, surtout dans les classes moyennes ou supérieures.

Une erreur systématique en sens inverse semble avoir joué en faveur de certains magazines « distingués » ou *très connus* (qu'il est de bon ton d'avoir lus).

(1) Une étude récente de M. Agostini semble montrer qu'il est possible d'estimer le nombre de lecteurs d'une combinaison lorsqu'on connaît le nombre de lecteurs de chaque titre et les duplications entre tout couple de titres de la combinaison.

b) Les confusions qui ont pu se produire entre deux titres, *Ex.* : *Sélection* et *Constellation*, doivent, en principe, avoir diminué le nombre de lecteurs des périodiques les plus lus au bénéfice des périodiques les moins lus.

c) Les défaillances de la mémoire sont partiellement accidentelles, partiellement systématiques.

Elles peuvent provenir soit d'un oubli, soit d'une erreur sur les dates.

1. *Elles sont en principe plus fortes pour les mensuels que pour les hebdomadaires, plus fortes pour les hebdomadaires que pour les quotidiens.*

Il importe d'être spécialement prudent dans les comparaisons de publications de périodicité différente.

2. Plus fortes pour les magazines fréquemment lus au dehors (dans les salles d'attente, chez le coiffeur) que pour les publications (quotidiens, magazines comptant de nombreux abonnés), dont la plus grande partie des lecteurs sont des lecteurs habituels.

Cette cause d'erreur, jointe à un certain désir de faire plaisir à l'enquêteur en ne lui faisant pas toujours des réponses négatives, a pour *conséquence certaine une surestimation du nombre des lecteurs des périodiques, surtout mensuels, et surtout les plus connus.* Elle ne doit pas déformer sensiblement les chiffres relatifs aux quotidiens et aux hebdomadaires régionaux.

Peut-être aurait-on pu combattre cette tendance à la surestimation en posant la question sous la forme suivante :

Ex. cas des hebdomadaires :

1^{er} temps : tri sur 3 mois (6 mois est un peu long);

2^e temps : pour chacun des hebdomadaires lus au cours des trois derniers mois.

Quand pour la dernière fois avez-vous lu, tenu en mains ou feuilleté un numéro de *x*?

— plus de 4 semaines;

— 8 jours à 4 semaines;

— 7 derniers jours.

et en retenant comme lecteurs uniquement les personnes ayant lu *x* au cours des 7 derniers jours.

On aurait évité ainsi le biais en faveur des réponses positives.

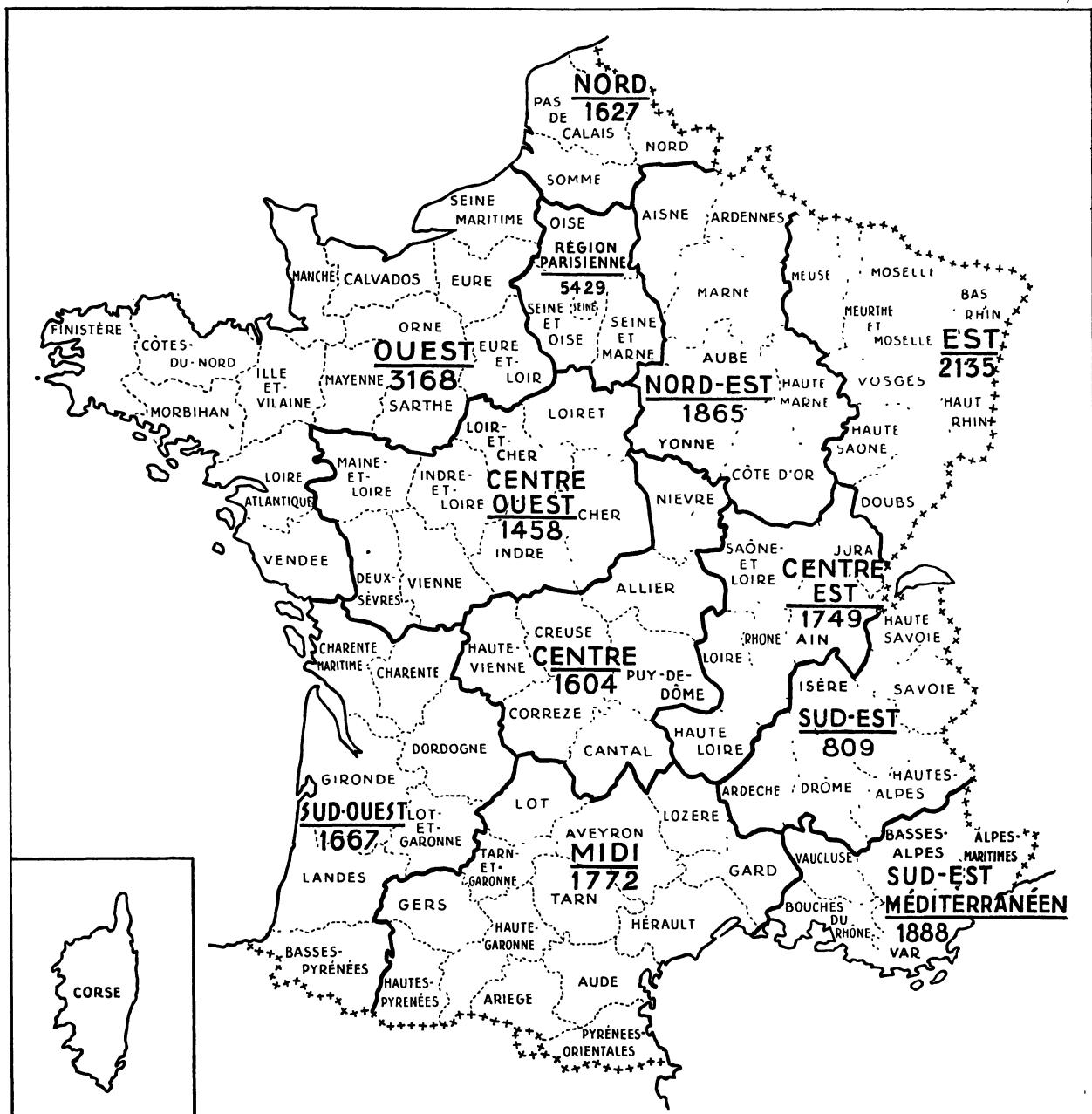
L'adaptation au cas des mensuels et quotidiens est évidente.

Il n'est malheureusement pas possible de chiffrer l'importance des erreurs de mesure, mais on peut penser :

1. qu'elles affectent de même manière les publications d'un même groupe,

2. qu'elles respectent approximativement la répartition des lecteurs de chaque journal entre les diverses catégories socio-démographiques, ce qui peut s'exprimer en disant que les structures sont mieux respectées que les résultats élémentaires.

CARTE DES RÉGIONS O. J. D.



Structure de l'échantillon

DÉPARTEMENT	STRATE D			STRATE C			STRATE B			STRATE A		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Ain	2	54	1/2000	1	36	1/2000	2	38	1/1000	—	—	—
Aisne	1	27	1/5000	1	25	1/2000	6	266	1/500	—	—	—
Allier	1	44	1/2000	2	56	1/1000	2	75	1/1000	1	101	1/500
Alpes (Basses)	1	37	1/1000	1	25	1/1000	—	—	—	—	—	—
Alpes (Hautes)	1	9	1/5000	—	—	—	1	13	1/1000	—	—	—
Alpes-Maritimes	1	20	1/2000	2	24	1/1000	5	87	1/1000	2	437	1/500 (1)
Ardeche	1	43	1/2000	1	34	1/2000	1	17	1/1000	—	—	—
Ardennes	2	68	1/1000	2	50	1/500	3	140	1/500	—	—	—
Ariège	1	23	1/2000	2	46	1/1000	1	28	1/500	—	—	—
Anbre	2	67	1/1000	1	40	1/500	1	28	1/500	1	130	1/500
Aude	1	40	1/2000	2	60	1/1000	2	57	1/1000	—	—	—
Aveyron	2	59	1/2000	1	15	1/2000	4	61	1/1000	—	—	—
Bouches-du-Rhône	1	26	1/1000	2	89	1/1000	5	116	1/1000	2	578	1/1000 (2)
Calvados	1	19	1/5000	2	47	1/2000	3	20	1/2000	1	55	1/1000
Cantal	1	33	1/2000	1	29	1/1000	1	50	1/500	—	—	—
Charente	2	46	1/2000	2	46	1/1000	2	157	1/500	—	—	—
Charente-Maritime	2	61	1/2000	2	80	1/1000	3	104	1/1000	—	—	—
Cher	1	44	1/2000	1	29	1/1000	2	73	1/500	1	95	1/500
Corrèze	1	44	1/2000	1	16	1/2000	2	55	1/1000	—	—	—
Côte-d'Or	2	73	1/1000	3	116	1/500	1	34	1/500	1	102	1/500
Côtes-du-Nord	1	37	1/5000	2	45	1/2000	2	64	1/1000	—	—	—
Creuse	2	89	1/1000	2	57	1/500	1	26	1/500	—	—	—
Dordogne	1	33	1/5000	2	49	1/1000	2	113	1/500	—	—	—
Doubs	1	12	1/5000	1	21	1/2000	3	60	1/1000	1	52	1/1000
Drôme	1	30	1/2000	1	21	1/2000	4	89	1/1000	—	—	—
Eure	2	54	1/2000	2	78	1/1000	2	73	1/500	—	—	—
Eure-et-Loir	1	42	1/2000	1	19	1/2000	2	51	1/1000	—	—	—
Finistère	2	78	1/2000	2	68	1/2000	7	123	1/1000	1	158	1/500
Gard	1	30	1/2000	2	50	1/2000	2	57	1/1000	1	66	1/1000
Garonne (Haute)	2	58	1/2000	2	49	1/1000	—	—	—	1	219	1/1000
Gers	1	17	1/5000	1	15	1/2000	1	18	1/1000	1	519	1/500 (3)
Gironde	1	35	1/5000	2	54	1/2000	2	33	1/1000	—	—	—
Hérault	1	23	1/2000	2	82	1/2000	1	12	1/2000	2	144	1/1000
Ille-et-Vilaine	1	32	1/5000	1	15	1/5000	1	25	1/2000	1	93	1/1000
Indre	1	34	1/2000	2	57	1/1000	2	52	1/1000	—	—	—
Indre-et-Loire	2	57	1/2000	1	38	1/1000	—	—	—	1	98	1/1000
Isère	2	65	1/2000	2	63	1/2000	3	59	1/1000	1	117	1/1000
Jura	1	33	1/2000	1	33	1/1000	3	102	1/500	—	—	—
Landes	2	50	1/2000	1	21	1/2000	2	41	1/1000	—	—	—
Loir-et-Cher	1	37	1/2000	2	52	1/1000	2	77	1/500	—	—	—
Loire	1	38	1/2000	1	29	1/2000	4	60	1/2000	2	407	1/500
Loire (Haute)	2	87	1/1000	1	36	1/1000	1	54	1/500	—	—	—
Loire-Atlantique	2	74	1/2000	2	46	1/2000	2	33	1/2000	1	184	1/500
Loiret	1	40	1/2000	2	60	1/1000	1	25	1/1000	1	84	1/1000
Lot	1	34	1/2000	1	25	1/1000	1	26	1/500	—	—	—
Lot-et-Garonne	2	51	1/2000	1	14	1/2000	3	58	1/1000	—	—	—
Lozère	1	18	1/2000	1	21	1/1000	—	—	—	—	—	—
Maine-et-Loire	1	22	1/5000	1	44	1/2000	2	57	1/1000	1	84	1/1000
Manche	2	85	1/2000	2	66	1/1000	1	12	1/1000	1	80	1/500
Marne	1	37	1/2000	2	56	1/1000	3	60	1/1000	1	172	1/500
Marne (Haute)	1	12	1/5000	1	18	1/2000	2	19	1/2000	—	—	—
Mayenne	1	17	1/5000	1	10	1/5000	1	14	1/2000	—	—	—
Meurthe-et-Moselle	1	21	1/2000	1	40	1/2000	5	69	1/2000	1	148	1/1000
Meuse	1	30	1/2000	2	42	1/1000	3	36	1/1000	—	—	—
Morbihan	1	26	1/5000	1	24	1/5000	4	49	1/2000	—	—	—
Moselle	2	48	1/2000	2	55	1/2000	6	97	1/2000	1	173	1/500 (4)
Nièvre	1	36	1/2000	2	49	1/1000	2	101	1/500	—	—	—
Nord	1	16	1/2000	4	178	1/2000	12	238	1/2000	4	548	1/1000
Oise	2	48	1/2000	3	112	1/1000	3	166	1/500	—	—	—
Orne	1	21	1/5000	1	8	1/5000	2	18	1/2000	—	—	—
Pas-de-Calais	2	47	1/2000	4	161	1/2000	6	160	1/2000	2	114	1/1000
Puy-de-Dôme	2	71	1/2000	3	127	1/500	2	62	1/500	1	224	1/500
Pyrénées (Basses)	1	21	1/5000	1	8	1/5000	2	45	1/2000	1	28	1/2000
Pyrénées (Hautes)	1	12	1/5000	1	14	1/2000	2	30	1/1000	—	—	—
Pyrénées-Orientales	1	14	1/2000	1	37	1/2000	—	—	—	1	140	1/500
Rhin (Bas)	1	40	1/2000	3	92	1/2000	3	49	1/1000	1	179	1/1000
Rhin (Haut)	2	56	1/1000	2	71	1/1000	2	94	1/500	1	227	1/500
Rhône	2	45	1/1000	2	86	1/1000	3	61	1/1000	1	252	1/2000
Saône (Haute)	1	40	1/2000	1	24	1/2000	1	14	1/1000	—	—	—
Saône-et-Loire	2	64	1/2000	3	18	1/1000	4	136	1/1000	—	—	—
Sarthe	2	55	1/2000	1	32	1/2000	1	12	1/1000	1	180	1/500
Savoie	1	36	1/2000	1	22	1/2000	2	56	1/1000	—	—	—
Savoie (Haute)	1	34	1/2000	1	28	1/2000	3	73	1/1000	—	—	—
Seine-Maritime	1	20	1/5000	1	82	1/2000	4	80	1/1000	2	555	1/500
Seine-et-Marne (5)	2	46	1/2000	2	49	1/2000	4	43	1/2000	—	—	—
Seine-et-Oise (5)	2	55	1/2000	2	56	1/2000	4	47	1/2000	—	—	—
Deux-Sèvres	2	62	1/2000	1	41	1/1000	2	49	1/1000	—	—	—
Somme	1	22	1/5000	2	56	1/2000	1	16	1/1000	1	71	1/1000
Tarn	1	15	1/5000	1	25	1/2000	4	95	1/1000	—	—	—
Tarn-et-Garonne	1	11	1/5000	1	18	1/2000	1	28	1/1000	—	—	—
Var	1	22	1/2000	1	26	1/2000	4	91	1/1000	1	112	1/1000
Vaucluse	1	10	1/2000	1	32	1/2000	3	59	1/1000	1	97	1/500
Vendée	2	67	1/2000	2	85	1/1000	2	42	1/1000	—	—	—
Vienne	1	25	1/5000	1	15	1/2000	1	22	1/500	1	85	1/500
Vienne (Haute)	2	46	1/2000	1	22	1/2000	1	13	1/1000	1	178	1/500
Vosges	1	38	1/1000	3	133	1/1000	3	140	1/500	—	—	—
Yonne	3	102	1/1000	1	39	1/1000	2	94	1/500	—	—	—
Territoire de Belfort	1	12	1/2000	—	—	—	1	22	1/2000	—	—	—
Paris Ville	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2.204	1/1000	—
Agglomération de Paris	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1.452	1/1000	—
Zone suburbaine de Paris	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1.151	1/1000	—

(1) $\frac{1}{500}$ à Nice ; $\frac{1}{1000}$ à Cannes. (2) $\frac{1}{1000}$ à Marseille ; $\frac{1}{500}$ à Aix. (3) $\frac{1}{500}$ pour Bordeaux ; $\frac{1}{1000}$ pour banlieue. (4) $\frac{1}{500}$ à Metz ; $\frac{1}{1000}$ dans sa

Dans chaque strate on donne en 1 : le nombre d'U. P. (caisson ou agglomération échantillon).

en 2 : le nombre d'électeurs échantillon.

en 3 : le taux de sondage.

(5) à l'exception des communes appartenant à l'agglomération ou la zone suburbaine de Paris.

A

C. E. S. P.

27 bis, Avenue de Villiers
PARIS XVIII^e

ÉTUDE SUR LES LECTURES DES FRANÇAIS

1957

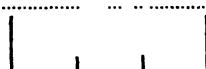
DÉPARTEMENT :

N° DU QUESTIONNAIRE :

COMMUNE :

RÉSULTAT FINAL :

ENQUÊTEUR :



DATE DE L'INTERVIEW :

le , 195.....
(jour de la
semaine) (jour
du mois) (mois) (année)

Rg | Dép | | | N° | | Ct | | Cn | | P | | L |

I. — IDENTITÉ DE LA PERSONNE INTERROGÉE

1. **Sexe** :
2. **Année de naissance** :
3. **Lieu de naissance (département)**
4. **Situation de famille** : Célibataire¹ - Marié² - Veuf ou divorcé³.

S
 A
 LN
 EM

II. — RADIO, CINÉMA, LECTURES

1. a) Avez-vous la radio ? OUI¹ - NON⁰.
 b) Avez-vous écouté la radio hier ? OUI¹ - NON⁰.
 c) **SI OUI** : Quelles stations avez-vous écoutées hier ?
 LUXEMBOURG¹ - EUROPE N° 1² - MONTE-CARLO³ - ANDORRE⁴ -
 PROGRAMME PARISIEN⁵ - PROGRAMME NATIONAL⁶ - PARIS-INTER⁷ -
 AUTRES⁸ (préciser)

R **ER**

2. Avez-vous été au cinéma la semaine dernière ? OUI³ - NON⁰.

SI NON : Avez-vous été au cinéma dans les 15 derniers jours ? OUI² - NON⁰.

SI NON : Avez-vous été au cinéma au cours des 4 dernières semaines ? OUI¹ - NON⁰.

C
 TC

QUOTIDIENS

3. **Dans la journée d'hier (1) (2), quels journaux quotidiens, c'est-à-dire paraissant tous les jours, avez-vous feuilletés, eus en mains, ou lus ?**

Préciser, si nécessaire, à plusieurs reprises, en adaptant à chaque cas :

- que par "lu" il faut entendre non seulement lu à fond, mais aussi simplement feuilleté, parcouru, tenu en mains, même quelques minutes ;
- que peu importe si la lecture a été faite à la maison ou au dehors : chez des parents ou des amis, dans les salles d'attente, au bureau ou à l'atelier, etc. ;
- que peu importe la manière dont on s'est procure le journal (achat, abonnement, prêt) ;
- que nous sommes intéressés non seulement par les journaux que la personne lit régulièrement, mais aussi par ceux qu'elle a pu avoir en mains par hasard ;
- qu'il s'agit des quotidiens que la personne interrogée a lus elle-même (et non pas les autres personnes de sa famille mari enfants etc) ;
- qu'il ne s'agit pas seulement du dernier numéro.

4. **Pour chaque journal cité : comment vous êtes-vous procuré ce journal ?**

Présenter la carte "Provenance".

P **R** **D** **L**

TITRES	PROVENANCE des journaux LUS par la personne interrogée	Si le journal a été acheté au numéro ("provenance" 5, 6 ou 7) DATE approximative de l'ACHAT
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Lec <input type="checkbox"/> Ac	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(1) De samedi si l'interview a lieu le lundi

(2) Faites bien attention - surtout si l'interview a lieu le soir - que l'on s'intéresse aux lectures de la veille et non à celles du jour même.

III. — COMPOSITION DE LA FAMILLE

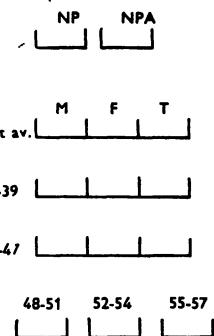
Classer les personnes par sexe et par âge décroissant.

Exclude les sous-locataires, les domestiques et salariés logés, ainsi que les personnes telles que les militaires faisant leur service légal ou rappelés, les élèves internes, etc...

Faire figurer la personne interrogée à sa place dans le tableau et entourer la lettre M ou F qui la concerne :

SEXE	ANNÉE de naissance	TRAVAILLE (1) Oui - Non
M		
M		
M		
M		
M		

SEXE	ANNÉE de naissance	TRAVAILLE (1) Oui - Non
F		
F		
F		
F		
F		



(1) Travail lucratif, y compris comme aide familial

IV. — DÉTERMINATION DU CHEF DE FAMILLE

IL Y A DANS LA FAMILLE (Tableau ci-dessus)		LE CHEF DE FAMILLE EST :
Un ou plusieurs hommes de plus de 21 ans, dont	L'un au moins travaille Aucun ne travaille	Le plus âgé des hommes qui travaillent Le plus âgé des hommes de plus de 21 ans
Aucun homme de plus de 21 ans Mais une ou plusieurs femmes de plus de 21 ans, dont	L'une au moins travaille Aucune ne travaille	La plus âgée des femmes qui travaillent La plus âgée des femmes de plus de 21 ans

1. Déterminer le Chef de famille et le pointer par une croix dans le tableau III.

2. Lien de parenté de la personne interrogée avec le Chef de Famille :

Chef de famille¹ Épouse² Enfant³ Ascendant⁴ Autre parent⁵ Ami⁶

V. — QUESTIONS A POSER
SI LA PERSONNE INTERROGÉE EST "CHEF DE FAMILLE" (cf. III et IV)

Nous avons parlé de vos lectures personnelles. J'aimerais également obtenir quelques renseignements sur ce qui est lu dans votre famille.

1. Y a-t-il des quotidiens, des journaux de la Région, des périodiques qui, actuellement, soient régulièrement déposés dans votre boîte aux lettres ou auxquels soit abonné actuellement un membre de votre famille ?

(Nous ne comptons pas ici ce qui est acheté, même régulièrement, au numéro)

Si OUI: se renseigner auprès de la personne intéressée.

TITRES <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	Dépôt dans la boîte..... (1) Abonnement { d'un autre adulte (+ 21 ans) de la famille (3) au nom { d'un jeune (— 21 ans) de la famille..... (4) <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
--	--

- ## 2. S'il y a des jeunes de 18 à 21 ans (cf. Tableau III).

Il y a dans votre famille des jeunes gens de 18 à 21 ans (c'est-à-dire nés dans les années 1936 à 1939). Je vous demanderai la permission de les interroger eux-mêmes sur leurs lectures.

Remplir pour chacun d'eux un questionnaire limité aux parties I, II, VI et lien avec le chef de famille en IV, 2).

3. S'il y a des jeunes gens de moins de 18 ans (cf. Tableau III).

Il y a dans votre famille, des jeunes de moins de 18 ans.

Si vous ne voulez pas me permettre de les interroger eux-mêmes, pouvez-vous m'indiquer s'ils sont susceptibles d'avoir acheté au numéro :

- hier un journal quotidien, c'est-à-dire paraissant tous les jours ,
 - depuis la semaine dernière : l'un des hebdomadaires que nous avons passés en revue ensemble (cartes " hebdomadaires ") ;
 - depuis un mois, l'un des périodiques que nous avons passés en revue ensemble (cartes " mensuels ") .

TITRES	TITRES

VI. — RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

A. Relatifs à la personne interrogée (suite de la section I).

1. Niveau d'instruction.

- a) Quelle est la dernière école que vous avez fréquentée ?

N'a jamais été à l'école.

11

- b) A quel âge l'avez-vous quittée ?

FE

- c) Était-ce un établissement d'enseignement ?

Primaire¹ - Primaire supérieur² - Technique³ - Secondaire⁴ - Supérieur⁵.

2. Catégorie socioprofessionnelle et statut.

- a) Veuillez indiquer avec precision votre **profession actuelle** :

CS1 Sci

- b) Pour les agriculteurs exploitants :

– Quelle est l'activité principale de votre exploitation ?

Polyculture - Élevage - Culture spécialisée (laquelle).....

— Quelle en est approximativement la superficie ?

- c) Pour les autres patrons (artisans, commerçants, industriels et les membres de professions libérales):

— Combien de salariés employez-vous actuellement à temps complet dans votre

Entreprise ? (Ne comptez pas le personnel domestique).

- d) Pour les personnes qui n'exercent pas actuellement une profession :

-- Êtes-vous étudiant, ménagère, retraité, retiré des affaires (autres, précisez)?

-- Pour les retraités et retirés des affaires des deux sexes :

Quelle était votre **ancienne profession** ? (1) _____

— Pour les femmes veuves et divorcées :

Quelle était la profession de votre mari ? (1)

B. Relatifs au chef de famille.

3. Profession actuelle du chef de famille (Personne marquée d'une croix dans le tableau III).

Noter même détail qu'en VI, 2, ci-dessus (1). Pour les retraités ou retirés des affaires, ne pas oublier d'indiquer, outre la situation actuelle, l'ancienne profession.

(1) Pour les agriculteurs, cf. 2b) ci-dessus.

Pour les autres patrons, cf. 2c) ci-dessus.

JOURNAUX RÉGIONAUX (non quotidiens)

5. La semaine dernière, c'est-à-dire depuis dernier, **est-ce que vous avez feuilleté, eu en mains ou lu des journaux de la région** qui paraissent toutes les semaines, comme par exemple... (citer la liste complète des journaux locaux) :

Préciser à nouveau :

- non seulement lu, mais tenu en mains, feuilleté, parcouru ;
- à la maison et au dehors ;
- quelle que soit la manière dont vous vous l'êtes procuré ,
- même ce que vous avez pu feuilleter par hasard ;
- ce que vous avez lu vous-même (et non ce qui est lu par les autres membres de votre famille) ,
- numéro lu dans la semaine, même s'il est plus vieux.

6. Pour chaque journal cité : comment vous êtes-vous procuré ce journal ?

Présenter la carte "Provenance"

JL

TITRES	PROVENANCE des journaux Régionaux lus par la personne interrogée	Si le journal a été acheté au numéro ("provenance de l'achat" 5, 6 ou 7) DATE approximative de l'ACHAT
[] [] [] []	[] []	[]
[] [] [] []	[] []	[]
[] [] [] []	[] []	[]
[] [] [] []	[] []	[]

PÉRIODIQUES

7. *Présenter les cartes "Hebdomadaires" et dites :*

Voici un paquet de cartes représentant chacune un journal, un illustré ou une revue. Voulez-vous, s'il vous plaît, trier vous-même ces cartes une à une. Faites 2 tas : un tas de tous les journaux, revues ou illustrés que vous avez eu l'occasion de lire ou feuilleter pendant ces 6 derniers mois, et un tas de ceux que vous n'avez pas eu l'occasion d'avoir en mains.

Je vous rappelle que m'intéresse :

- non seulement ce que vous avez lu, mais feuilleté, tenu en mains ;
- à la maison ou au dehors;
- quelle que soit la manière dont vous vous l'êtes procuré ,
- même ce que vous avez pu feuilleter par hasard ;
- ce que vous avez lu vous-même (et non ce qui est lu par les autres membres de votre famille) ;
- numéro lu dans la semaine (hebdomadaires) ou le mois (mensuels), même s'il est plus vieux.

Ajouter au début du tri: si vous avez des doutes, faites un troisième tas de cartes.

8. Présenter les cartes "Mensuels" et dites :

Les cartes précédentes, ce sont des revues ou des journaux qui paraissent toutes les semaines. Voici maintenant un autre paquet de cartes qui représentent des journaux ou revues paraissant une fois par mois. Voulez-vous faire la même chose, c'est-à-dire faire un tas de tous ceux que vous avez l'occasion de feuilleter, tenir en mains, ou lire depuis 6 mois ?

Nombre approximatif de cartes (ensemble des hebdomadaires et des mensuels) lues ; douteuses

9. Reprendre les cartes "lues" ou "douteuses" en séparant les hebdomadaires des mensuels et dites :

a) **Cartes "Hebdomadaires"**: parmi ces revues, pourriez-vous me dire celles que vous avez eu l'occasion de feuilleter ou de lire **depuis la semaine dernière**?

Nous sommes (citer le jour de la semaine), c'est-à-dire depuis dernier.

b) **Cartes "Mensuels"** : parmi ces revues, pourriez-vous me dire celles que vous avez eu l'occasion de feuilleter ou de lire **depuis un mois** ?

Nous sommes le (citer le quatrième), c'est-à-dire depuis le

Préciser qu'il s'agit des revues ou journaux lus dans la semaine ou le mois même s'ils sont plus vieux.

10. Reprendre une à une les cartes ainsi désignées et demander pour chacun des titres, en présentant la carte "Provenance":

La dernière fois que vous avez lu (citer le titre),
comment vous l'êtes-vous procuré ?

HL Fam II Cf Di Fém. Gé Mo Cœ Div Sp Sn Pr

TITRES	PROVENANCE des périodiques LUS par la personne interrogée	Si le journal a été acheté au numéro ("provenance" 5, 6 ou 7) DATE approximative de l'ACHAT

*Publications étudiées individuellement***Groupe I (1) : QUOTIDIENS****Sous-groupe I. 1 : Quotidiens politiques de PARIS**

*L'Aurore	*Libération
*Combat	*Le Monde
*La Croix	*Le Parisien Libéré
*Le Figaro	*Paris-Journal
*France-Soir	*Paris-Presse
*L'Humanité	

Sous-groupe I. 2 : Quotidiens divers de PARIS

*L'Équipe

Sous-groupe I. 3/4 : Quotidiens régionaux

Région Ouest :	Ouest-France Paris-Normandie La Résistance de l'Ouest et l'Éclair Le Télégramme
Région Nord :	Liberté Nord-Matin Voix du Nord
Région Nord-Est :	La Bourgogne Républicaine. Les Dernières Dépêches L'Union
Région Est	L'Alsace Le Comtois. La République de Franche-Comté Les Dernières Nouvelles d'Alsace. Les Dernières Nouvelles du Haut-Rhin L'Est Républicain Le Nouveau Rhin Français. Le Nouvel Alsacien Le Républicain Lorrain
Région Centre-Est :	La Dépêche. Espoir. Tribune L'Écho-Liberté. Le Journal du Soir Le Progrès
Région Sud-Est :	Le Dauphiné Libéré
Région Sud-Est méditerranéen :	La Marseillaise Le Méridional Nice-Matin. L'Espoir Le Provençal. Le Soir
Midi :	La Dépêche L'Indépendant Midi-Libre
Sud-Ouest :	La France. La Nouvelle République Sud-Ouest
Centre :	Centre-Presse L'Écho du Centre La Liberté du Massif Central La Montagne Le Populaire du Centre
Centre-Ouest :	Le Courrier de l'Ouest La Nouvelle République du Centre-Ouest La République du Centre

Sous-groupe I. 5 : Quotidiens départementaux

Région Parisienne :	L'Oise-Matin
Région Nord :	Le Courrier Picard Nord-Éclair Le Nouveau Nord

(1) Les groupes I et II contiennent des titres qui n'ont pas été étudiés individuellement.

Région Nord-Est	L'Ardennais
	Le Bien Public
	L'Yonne Républicaine
Région Est :	La Liberté de l'Est
Région Centre-Est :	Le Courier de Saône-et-Loire
Région Sud-Est méditerranéen :	La République du Var
Sud-Ouest :	La Charente Libre
Centre :	Le Journal du Centre
Centre-Ouest :	Le Berry Républicain

Groupe II : HEBDOMADAIRE RÉGIONAUX

Sous-groupe II. 6 : Hebdomadaires régionaux d'information générale

La Liberté de Seine-et-Marne	L'Essor
La Manche Libre	Le Pays Roannais
L'Ami des Foyers Chrétiens	Le Courrier Français du Dimanche
L'Ami du Peuple	Le Cher Républicain
Bonjour	L'Éclaireur du Gâtinais

Sous-groupe II. 7 : Hebdomadaires régionaux d'information agricole

Groupe III : HEBDOMADAIRE D'INFORMATION DE PARIS

Sous-groupe III. 8 : Quotidien du 7^e jour de Paris

L'Équipe (du lundi)
L'Humanité-Dimanche
Le Journal du Dimanche

Sous-groupe III. 9 : Hebdomadaires politiques et syndicalistes

L'Express
La Terre
La Vie Ouvrière

Sous-groupe III. 10 : Hebdomadaires d'actualité

*France-Dimanche
*Ici Paris
La Presse

Groupe IV : MAGAZINES

Sous-groupe IV. 11 : Familiaux illustrés hebdomadaires

**Jours de France
Noir et Blanc
**Paris-Match
**Le Pélerin
*Radar
**La Vie Catholique illustrée

Sous-groupe IV. 12 : Familiaux mensuels

**Constellation
Historia
Lectures Pour Tous
**Selection du Reader's Digest

Sous-groupe IV. 13 : Féminins à prédominance variétés

*Arts Menagers
**Bonnes Soirées
**Elle
Femina Pratique. Votre Enfant
**Femmes d'Aujourd'hui
**Marie-Claire
**Marie-France
**Pour vous Madame
La Vie en Fleur

Sous-groupe IV. 14 : Féminins à prédominance modes

- **L'Écho de la Mode
- *Jardin des Modes
- Modes de Paris
- **Modes et Travaux
- *Mon Ouvrage
- *Votre Beauté
- Votre Mode

Sous-groupe IV. 15 : Féminins à prédominance cœur

- Bonjour Bonheur
- *Confidences
- *Festival
- *Intimité
- **Nous Deux
- Rêves
- *Secrets de Femmes

Sous-groupe IV. 16 : Tourisme et Automobile

- *L'Auto-Journal
- *La Revue du Touring Club de France

Sous-groupe IV. 17 : Publications diverses de prestige

-
- La Maison Française
- Plaisir de France
- Réalités

Sous-groupe IV. 18 : Périodiques divers

- Bonheur
- *Le Chasseur Français
- Le Coopérateur de France
- Detective
- L'Écho des Françaises
- France Monde Catholique
- *Guérir
- Le Hérisson
- La Semaine Radiophonique
- La Vie des Métiers

J. DESABIE.
