



LISONS ENTRE LES LIGNES

POUR EN FINIR AVEC QUELQUES IDÉES
PRÉCONÇUES AU SUJET DES JEUNES
LECTEURS DE JOURNAUX

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
L'Association canadienne des journaux et D-CODE	5
Paramètres de la recherche	6
Sujets à l'étude	6
1) LES JEUNES LECTEURS ET L'ENGAGEMENT CIVIQUE	7
Qu'est-ce que l'engagement civique	8
PREMIÈRE idée préconçue - "Les jeunes sont désengagés et amorphes.....	9
Les jeunes lecteurs votent	10
Les jeunes lecteurs font du bénévolat	11
Les jeunes lecteurs de journaux veulent influencer les autres	12
2) ATTITUDES SOCIALES DES JEUNES LECTEURS	14
DEUXIÈME idée préconçue – Les jeunes lecteurs sont introvertis et marginalisés	15
3) LES JEUNES ET LES MÉDIAS	16
Troisième idée préconçue : Les jeunes ne s'intéressent pas aux médias traditionnels comme sources de nouvelles et d'information. Les journaux sont considérés comme étant particulièrement vieux-jeu et inintéressants.....	17
Les jeunes et les médias : Les blogues sont mal vus comme sources d'information.....	18
Principaux différenciateurs pour les journaux et les jeunes lecteurs.....	19
Les jeunes lecteurs se tournent vers les journaux pour les nouvelles locales.....	20
Les jeunes lecteurs disent lire davantage.....	21
4) LES JEUNES ET LA TECHNOLOGIE	22
Quatrième idée préconçue : Les jeunes lecteurs sont peu enclins à la technologie et ne sont pas au fait.....	23
Les jeunes lecteurs consomment aussi plus d'information en ligne.....	24

(La table des matières continue sur la page suivante)

TABLE DES MATIÈRES (suite)

5) LES JEUNES LECTEURS ET LA CONSOMMATION DES NOUVELLES.....	25
Cinquième idée préconçue : Les jeunes ne lisent pas le journal pour les nouvelles.....	26
Les lecteurs et ceux qui ne lisent pas veulent du contenu répondant à leurs intérêts.....	27
6) L'HABITUDE DE LA LECTURE DES JOURNAUX, ET COMMENT LA PRENDRE.....	28
Sixième idée préconçue : Les jeunes prendront l'habitude de la lecture des journaux lorsqu'ils seront plus âgés, comme l'ont fait les générations précédentes.....	29
Les habitudes de lecture de journaux se forment pendant l'adolescence.....	30
Les avantages sociaux inhérents à l'encouragement à la lecture des journaux chez les jeunes.....	31
CONCLUSIONS.....	32

INTRODUCTION

« *Lisons entre les lignes : Pour en finir avec quelques idées préconçues au sujet des jeunes lecteurs de journaux* » doit ses origines au fait que l'**Association canadienne des journaux (ACJ)** désirait en savoir davantage sur un segment très important pour les journaux : la prochaine génération de lecteurs.

Il existe beaucoup d'idées reçues au sujet des jeunes lecteurs et on a aussi remarqué une baisse constante du lectorat au sein de ce groupe. L'**ACJ** désirait explorer ces perceptions et déterminer si elles étaient ancrées dans la réalité. Si oui, que pouvait-on apprendre de plus? Si non, quels étaient les faits.

L'**ACJ** était particulièrement intéressée aux liens à faire entre la lecture des journaux et d'autres comportements et attitudes. On croyait depuis longtemps que la participation aux élections serait plus élevée chez les jeunes lecteurs, mais il n'existait pas de preuve. Qu'en était-il des autres aspects de l'engagement civique comme le bénévolat ou l'appartenance à un parti politique?

Pour trouver réponses à ces questions, l'**ACJ** a retenu les services de la firme **D-CODE**, qui a effectué une étude ambitieuse, sortant des sentiers battus auprès des jeunes lecteurs de journaux, ce qu'ils pensent, ce qu'ils font et ce qui les intéresse.

Cette étude est non seulement une première au Canada; elle contribue aussi largement à la compréhension de la relation entre les jeunes, l'engagement civique et la lecture des journaux.

L'**ACJ** s'est tournée vers **D-CODE** pour effectuer cette étude parce que cette dernière avait une expertise spécifique en matière de recherche sur les comportements, les attitudes et la culture des jeunes et des jeunes adultes.

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES JOURNAUX ET D-CODE

L'Association canadienne des journaux (ACJ) est la voix de l'industrie canadienne des quotidiens. Sa mission première est de promouvoir l'excellente réputation des journaux comme source médiatique essentielle pour les Canadiens et sensibiliser les annonceurs à leur efficacité. L'ACJ est un grand défenseur de la liberté de la presse et des réformes démocratiques et une importante source de renseignements, de tendances et de meilleures pratiques.

D-CODE est une firme canadienne de recherche et d'innovation dont la mission est de comprendre les jeunes, les jeunes adultes et les jeunes familles depuis 1995.

Toute question spécifique concernant la présente étude peut être acheminée à :

Eric Meerkamper
Associé, D-Code Inc.
416-599-4500 (poste 30)
eric@d-code.com
www.d-code.com

Pour tout renseignement supplémentaire ou commentaire de la part de l'ACJ, veuillez communiquer avec

David Gollob
Vice-président, Affaires publiques
1-800-526-7993
dgollob@cna-acj.ca
www.cna-acj.ca

PARAMÈTRES DE RECHERCHE

« Lisons entre les lignes : Pour en finir avec quelques idées préconçues au sujet des jeunes lecteurs de journaux » est une étude nationale effectuée par **D-CODE** à la demande de **l'Association canadienne des journaux**.

1 500 répondants âgés entre 14 et 34 ans ont rempli un questionnaire en ligne d'une durée de 25 minutes en avril 2006. Les répondants avaient été recrutés auprès d'un panel national de 390 000 jeunes.

L'étude fut effectuée en anglais et en français et les résultats ont été pondérés pour donner une pleine représentation nationale et régionale.

Les résultats sont considérés précis à plus ou moins 2,6 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Note : L'étude mesure les réponses de jeunes Canadiens âgés entre 14 et 34 ans qui ont la capacité de remplir un questionnaire en ligne et ainsi, ne peut faire aucune inférence quant aux niveaux d'alphabétisation de la population en général.

SUJETS A L'ÉTUDE

Cette étude se penche principalement sur les comportements et les préférences des jeunes (définis ici comme étant des adolescents et de jeunes adultes de 14 à 34 ans) qui lisent fréquemment les journaux, et sur ceux qui les lisent moins fréquemment.

Nous effectuons spécifiquement un contraste entre les lecteurs fréquents (ceux qui lisent le journal sept fois par semaine, c'est-à-dire chaque jour) et les lecteurs moins fréquents (ceux qui lisent seulement à l'occasion mais moins qu'une fois par mois).

18 % des répondants de notre échantillonnage lisent un journal chaque jour; 71 % lisent un journal au moins une fois par semaine; 11 % sont considérés comme des lecteurs moins fréquents et 5 % prétendent ne jamais lire le journal.

Pour des données plus pointues sur les données de fréquence de lecture, voyez le **TABLEAU 10**.

LES JEUNES LECTEURS ET L'ENGAGEMENT CIVIQUE



PREMIÈRE IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES SONT DÉSENGAGÉS ET AMORPHES»

QU'EST-CE QUE L'ENGAGEMENT CIVIQUE

« Voici une définition utile de l'engagement civique : des actes individuels et collectifs conçus pour identifier des questions d'intérêt public et les régler.

« L'engagement civique peut prendre plusieurs formes, du bénévolat individuel à l'engagement organisationnel en passant par la participation aux élections.

« Cela peut inclure des efforts pour traiter directement d'une question, travailler avec d'autres personnes au sein d'une collectivité pour régler un problème ou interagir avec des institutions inhérentes à la démocratie représentative. »

« L'engagement civique comprend un éventail d'activités spécifiques comme travailler dans des cuisines populaires, œuvrer au sein d'une association de quartier, rédiger une lettre à un représentant élu ou voter lors d'élections. »

Source : Michael Delli Carpini, doyen, Annenberg School for Communication, cité par l'American Psychology Association

PREMIÈRE IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES SONT DÉSENGAGÉS ET AMORPHES»

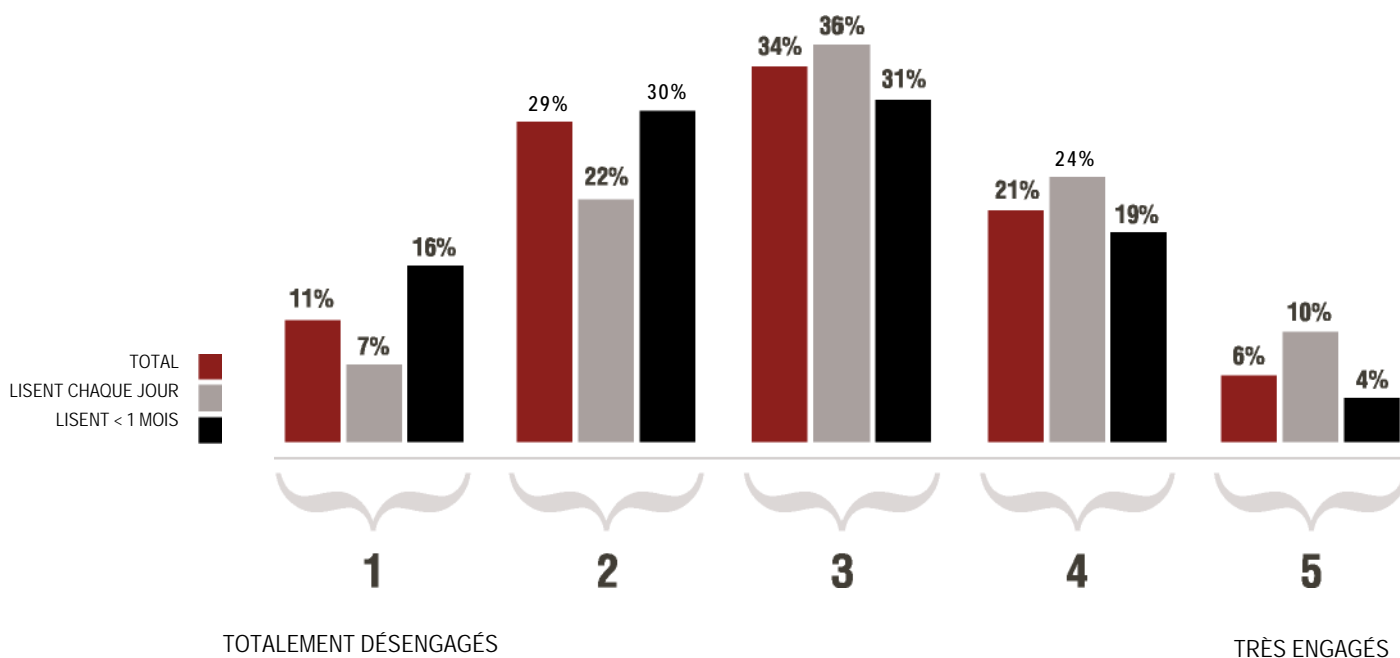
Pour autant qu'on se souvienne dans l'histoire de notre culture, les générations plus âgées ont toujours conspué les plus jeunes pour leur soi-disant désengagement des affaires publiques.

Ce mythe encore bien vivant, l'est d'autant plus aujourd'hui puisqu'il est fortifié par l'impression que l'ère de l'information et les avancées technologiques semblent avoir donné naissance à une culture tournée sur soi, branchée et désengagée sans comparaison ou précédent.

Mais les jeunes Canadiens ne se voient pas ainsi (**TABLEAU 1**). Parmi les répondants de notre échantillonnage, seulement 11 % se considèrent non engagés au sein de la société (l'engagement est défini par la participation à des activités civiques comme le vote, le bénévolat et l'activisme social).

Ce niveau d'engagement plus élevé que l'on ne le croyait chez les jeunes est encore plus prononcé chez les lecteurs fréquents, comme le démontre la présente étude.

TABLEAU 1) – 34 % DES JEUNES QUI LISENT LE JOURNAL CHAQUE JOUR SE CONSIDERENT COMME HAUTEMENT ENGAGÉS CONTRE 23 % CHEZ LES LECTEURS MOINS FREQUENTS.



LES JEUNES LECTEURS VOTENT

La lecture des quotidiens est fortement associée aux activités qui définissent une partie de l'engagement civique.

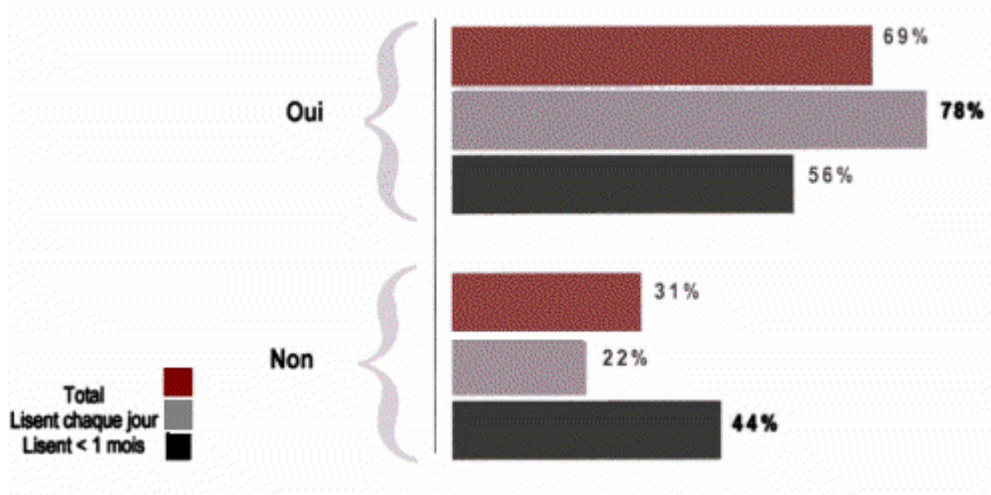
Notre étude n'avait pas pour but de prouver si la lecture des journaux incite les jeunes lecteurs à s'engager plus activement dans le monde qui les entoure, mais elle démontre qu'il existe une grande corrélation entre la lecture des journaux, l'engagement civique et la participation sociétale.

L'illustration la plus claire de cette corrélation est au chapitre de la participation aux élections. Ainsi, 78% des lecteurs fréquents en âge de voter disent avoir voté lors des dernières élections (23 janvier 2006), contre 56% chez ceux qui lisent moins fréquemment les journaux (**Tableau 2**).

Chez les lecteurs qui se considèrent comme fortement engagés, 34% lisent habituellement les pages éditoriales contre 19% des lecteurs non engagés.

Il existe aussi une forte corrélation entre la lecture des journaux pour se renseigner sur sa collectivité et l'engagement. Ainsi, 36% des lecteurs fortement engagés contre 22% de ceux qui ne le sont pas sont fortement d'accord avec le fait de lire le journal pour « se renseigner sur sa collectivité ».

TABLEAU 2) – 78% DES LECTEURS FRÉQUENTS EN ÂGE DE VOTÉR SE SONT PRÉVALU DE LEUR DROIT DE VOTE LORS DES DERNIÈRES ÉLECTIONS CONTRE 56% CHEZ LES LECTEURS MOINS FRÉQUENTS.

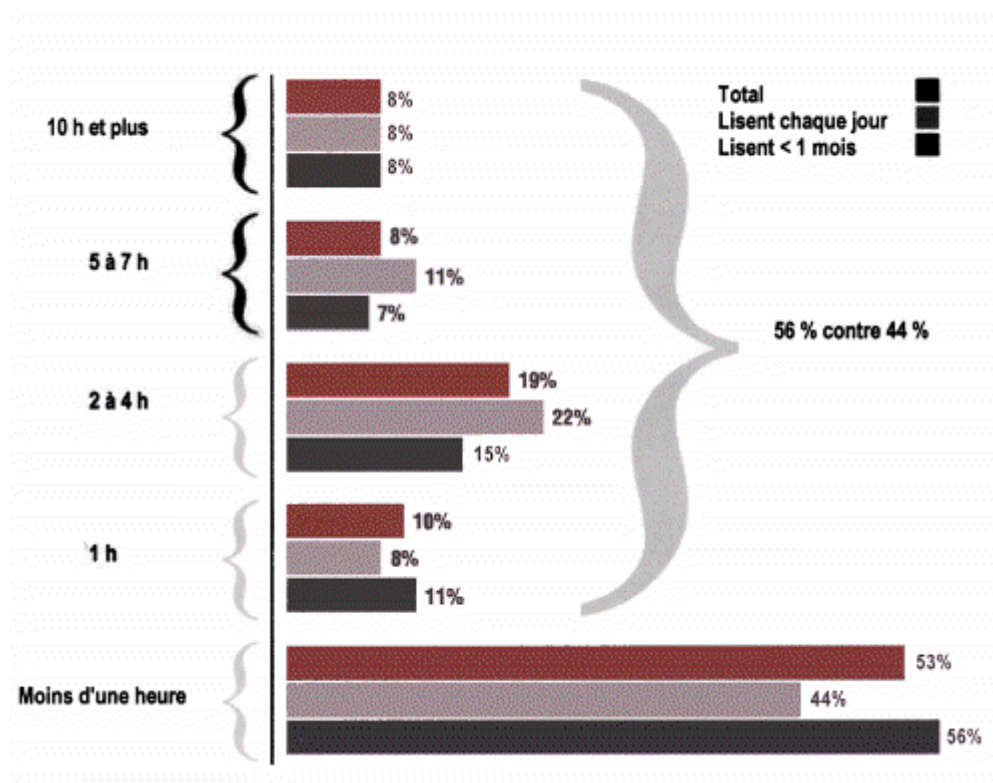


LES JEUNES LECTEURS FONT DU BÉNÉVOLAT AU SEIN DE LA COLLECTIVITÉ

Il existe d'autres corrélations entre la lecture des journaux et une série d'autres activités groupées sous la bannière de l'engagement civique.

Comme c'est le cas pour la participation aux élections, il y a une forte corrélation entre la lecture des journaux et la décision de contribuer de son temps à du bénévolat au sein de la collectivité (TABLEAU 3).

TABLEAU 3) – 56% DES LECTEURS FRÉQUENTS FONT PLUS D'UNE HEURE DE BÉNÉVOLAT PAR MOIS CONTRE 44% DE CEUX QUI LISENT MOINS SOUVENT.



LES JEUNES LECTEURS DE JOURNAUX VEULENT INFLUENCER LES AUTRES

Les lecteurs fréquents participent à diverses activités groupées sous la bannière de l'engagement civique. Ainsi, ils ont davantage tendance à donner à des organismes de charité? (TABLEAU 4 – page suivante)

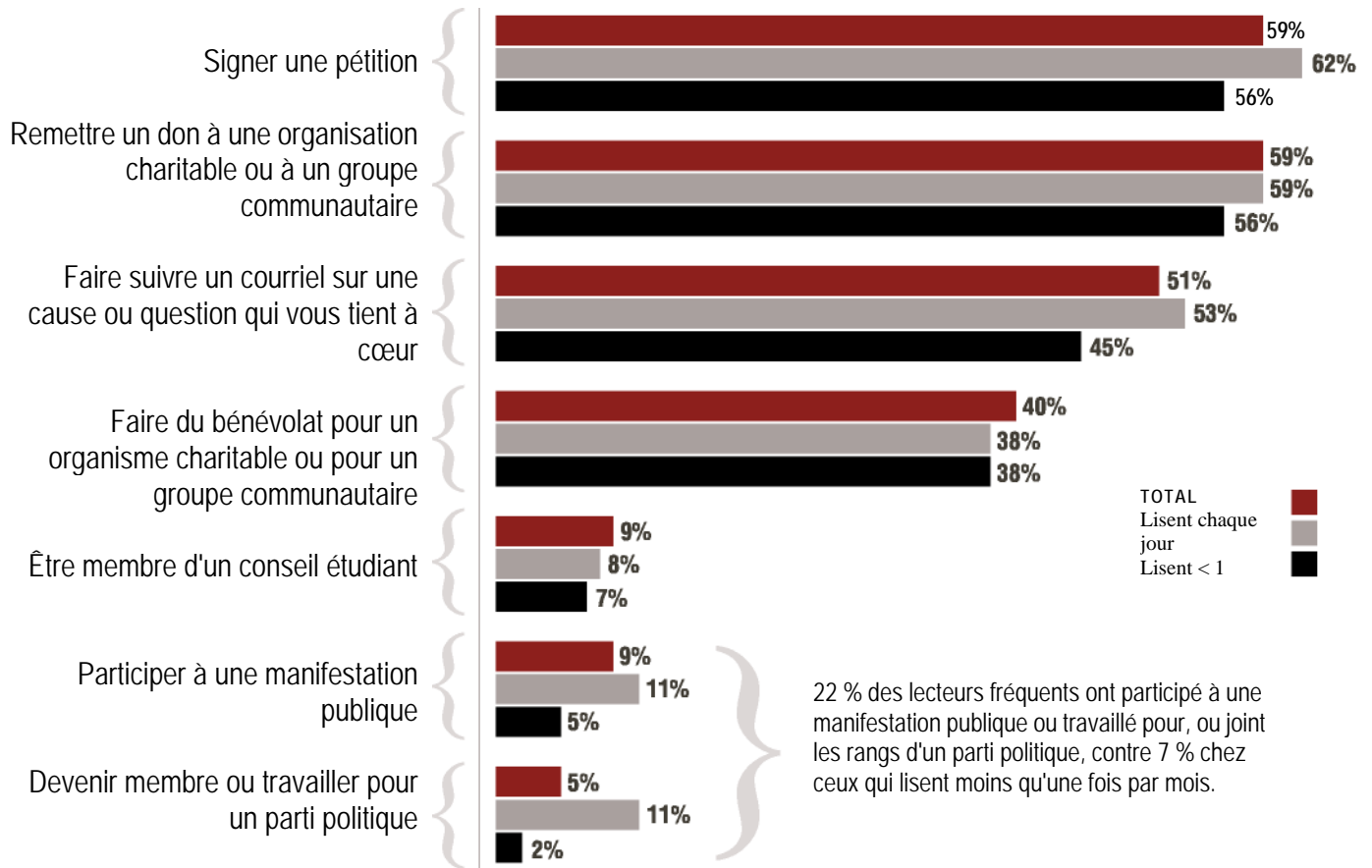
Toutefois, ce qui les distingue encore plus est leur tendance à s'engager dans des causes sociales et à tenter d'influencer les autres.

Ainsi, 77 % nous disent tout d'abord qu'ils lisent pour avoir des choses intéressantes à partager avec les autres. Ceux qui étaient fortement d'accord avec cette déclaration avaient deux fois plus tendance à se voir comme des citoyens engagés que ceux qui ne l'étaient pas.

Les lecteurs fréquents ont davantage tendance à transmettre l'information au sujet d'une question qui les concerne en envoyant un courriel à une connaissance (53 % des lecteurs fréquents contre 45 % pour ceux qui lisent moins souvent).

Les lecteurs fréquents ont aussi plus tendance à exprimer leur activisme social en devenant membres de partis politiques ou en participant à des manifestations. Ils ont trois fois plus tendance à descendre dans la rue ou à s'inscrire à un parti politique que ceux qui ne lisent pas ou qui lisent moins souvent (TABLEAU 4, page suivante). Il est clair que ce sont des jeunes qui veulent être entendus.

TABLEAU 4) LES LECTEURS FRÉQUENTS ONT DAVANTAGE TENDANCE À PARTICIPER À DES CEUVRES DE CHARITÉ ET À DES ACTIVITÉS POLITIQUES OU COMMUNAUTAIRES QUE CEUX QUI LISENT MOINS.



ATTITUDES SOCIALES DES JEUNES LECTEURS

2

DEUXIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES LECTEURS SONT INTROVERTIS ET MARGINALISÉS»

DEUXIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES LECTEURS SONT INTROVERTIS ET MARGINALISÉS»

La culture populaire a tendance à apposer des attributs négatifs aux jeunes lecteurs qui sont souvent illustrés comme étant déglingués et gauches ou introvertis et solitaires, coupés des cliques dominantes.

En fait, la réalité pour les jeunes lecteurs de journaux questionnés dans notre échantillonnage suggère que ces stéréotypes ne sont pas exacts.

Notre étude démontre que les lecteurs fréquents sont grégaires et engageants, qu'ils vont vers les autres jeunes pour tenter de les influencer, tel que mentionné précédemment.

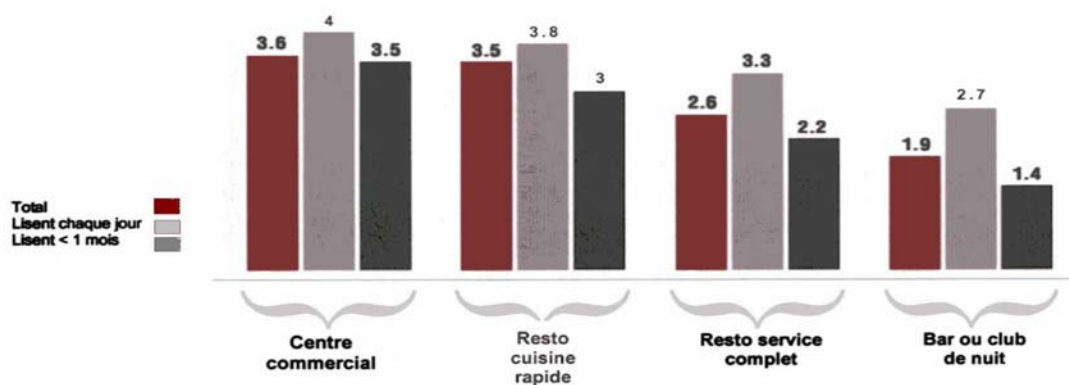
Ils sortent plus que ceux qui lisent moins, et sont plus actifs socialement.

Ils vont plus souvent faire du magasinage et consomment plus de nourriture rapide.

Ils ont davantage tendance à visiter des restaurants, des bars et des clubs de nuit que ceux qui lisent moins souvent (TABLEAU 5)

TABLEAU 5) – LES LECTEURS FREQUENTS SORTENT PLUS SOUVENT QUE CEUX QUI LISENT MOINS, ET SONT PLUS SOCIALEMENT ACTIFS.

FRÉQUENCE DES VISITES DANS LES ENDROITS SUIVANTS DANS UN MOIS TYPIQUE



LES JEUNES ET LES MÉDIAS



TROISIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES NE S'INTÉRESSENT PAS AUX MÉDIAS TRADITIONNELS COMME SOURCES DE NOUVELLES ET D'INFORMATION. LES JOURNAUX SONT CONSIDÉRÉS COMME ÉTANT PARTICULIÈREMENT VIEUX-JEU ET ININTÉRESSANTS.»

TROISIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES NE S'INTÉRESSENT PAS AUX MÉDIAS TRADITIONNELS COMME SOURCES DE NOUVELLES ET D'INFORMATION. LES JOURNAUX SONT CONSIDÉRÉS COMME ÉTANT PARTICULIÈREMENT VIEUX-JEU ET ININTÉRESSANTS.»

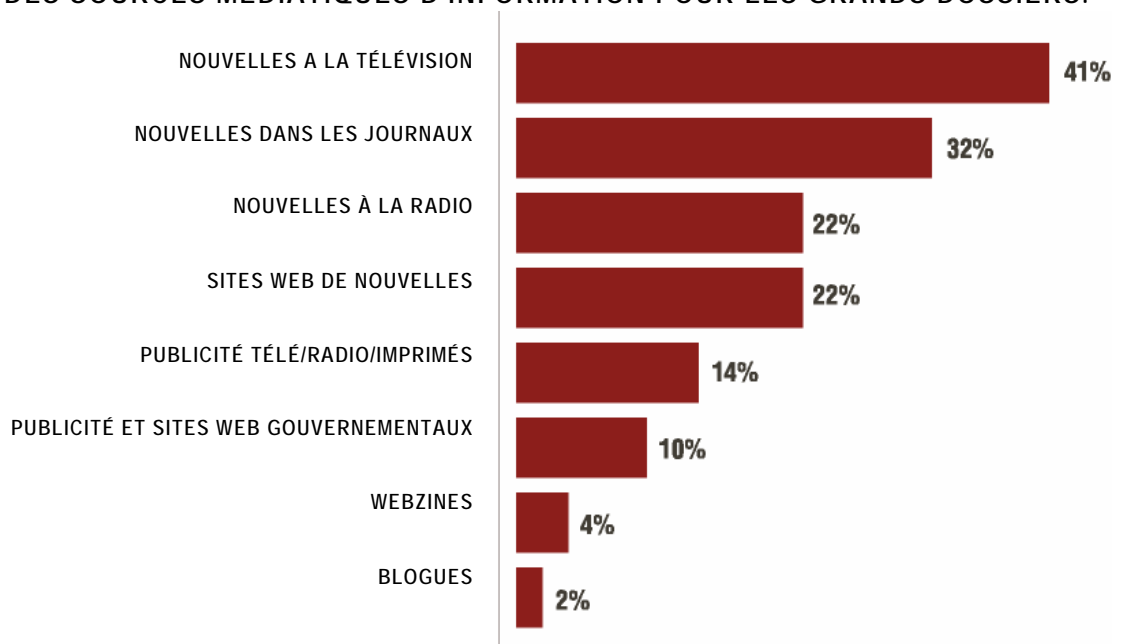
Les jeunes ne s'intéressent pas aux médias traditionnels comme sources de nouvelles et d'information. Les journaux sont considérés comme étant particulièrement vieux-jeu et inintéressants.

Un autre stéréotype de notre époque est que les jeunes sont branchés 24 heures par jour sur leur IPOD pendant qu'ils envoient des messages-texte à leurs amis.

Ce stéréotype ne tient pas compte à quel point les jeunes Canadiens se fient aux médias traditionnels (télévision et journaux) comme source de nouvelles et d'information.

En fait, nos répondants déclarent qu'ils se fient beaucoup plus aux sources de nouvelles conventionnelles qu'à Internet ou aux nouveaux médias (TABLEAU 6)

TABLEAU 6) – POUR LES RÉPONDANTS, LES JOURNAUX SE PLACENT AU DEUXIÈME RANG DES SOURCES MÉDIATIQUES D'INFORMATION POUR LES GRANDS DOSSIERS.



13 Classez les éléments suivants en tant que source d'information sur des sujets qui vous sont importants : discussions avec des amis; discussions avec des membres de votre famille; discussions en classe.

LES JEUNES ET LES MÉDIAS : LES BLOGUES SONT MAL VUS COMME SOURCE D'INFORMATION

Notre étude ne doute pas de l'influence grandissante des blogues comme outils de communication, de divertissement ou autres, mais elle démontre que comme source d'information, ils obtiennent moins de crédibilité qu'on ne l'aurait cru puisque seulement 2 % de notre échantillonnage les considère comme tel. (TABLEAU 6)

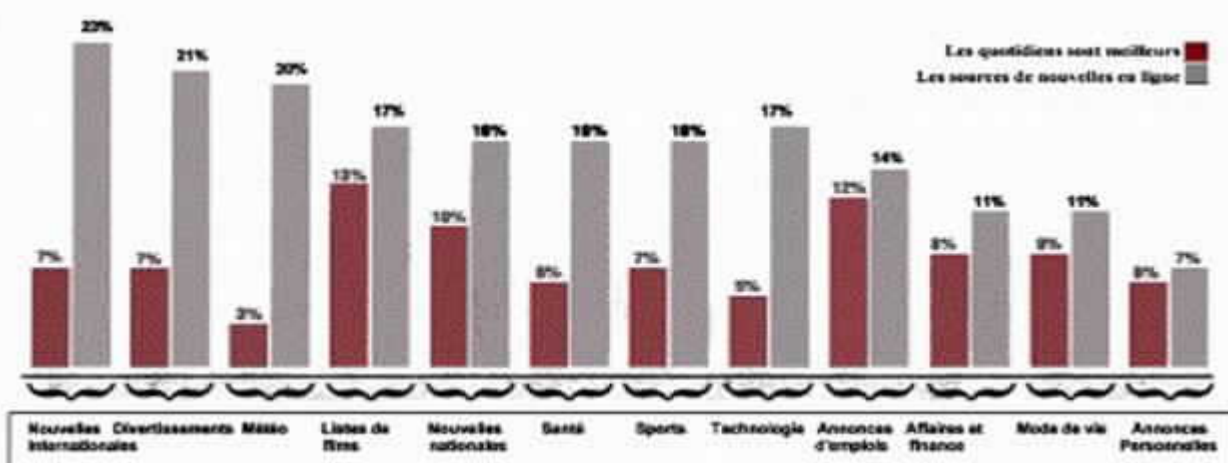
Nos répondants ont aussi fait taire le mythe que les jeunes voient le journal comme un média pour les personnes plus âgées puisque 91 % se sont dits en désaccord avec la phrase suivante : les journaux sont pour les vieux.

Toutefois, 62 % des 14-19 ans se sont dits fortement d'accord avec le fait qu'ils liraient les journaux plus souvent si leur contenu était plus audacieux et moins conservateurs.

Mais dans leur aspect physique (sur papier), les journaux ne sont pas favoris haut la main comme source de tous types de nouvelles et d'information chez les jeunes.

Nos répondants favorisent les sources de nouvelles en ligne, y compris les sites web des journaux, plus que les journaux eux-mêmes pour se renseigner sur divers sujets, y compris les nouvelles internationales, les divertissements et la température. (TABLEAU 7)

TABLEAU 7) – LES RÉPONDANTS FAVORISENT LES SITES DE NOUVELLE EN LIGNE AU DÉTRIMENT DES QUOTIDIENS POUR LES SUJETS SUIVANTS :

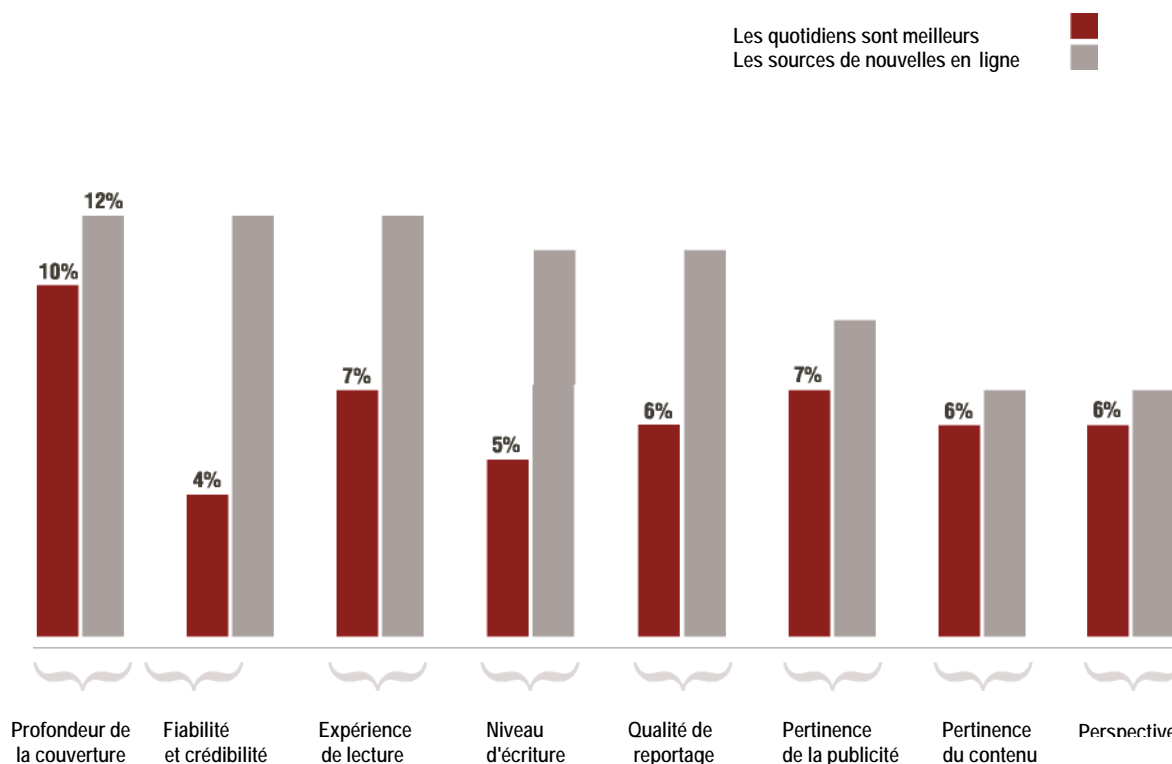


PRINCIPAUX DIFFÉRENCIATEURS POUR LES JOURNAUX ET LES JEUNES LECTEURS

Toutefois, les répondants préfèrent les journaux aux sources de nouvelles en ligne dans certains grands domaines, y compris la crédibilité, la fiabilité, le niveau d'écriture et la qualité du reportage (TABLEAU 8).

Tant chez les plus jeunes répondants (14-19 ans) que chez les plus âgés (30-34 ans), on croit que la fiabilité et la crédibilité sont les critères les plus importants pour une source de nouvelles et d'information.

TABLEAU 8) – CRITÈRES OÙ LES QUOTIDIENS ONT ÉTÉ MIEUX ÉVALUÉS QUE LES SOURCES DE NOUVELLES EN LIGNE :



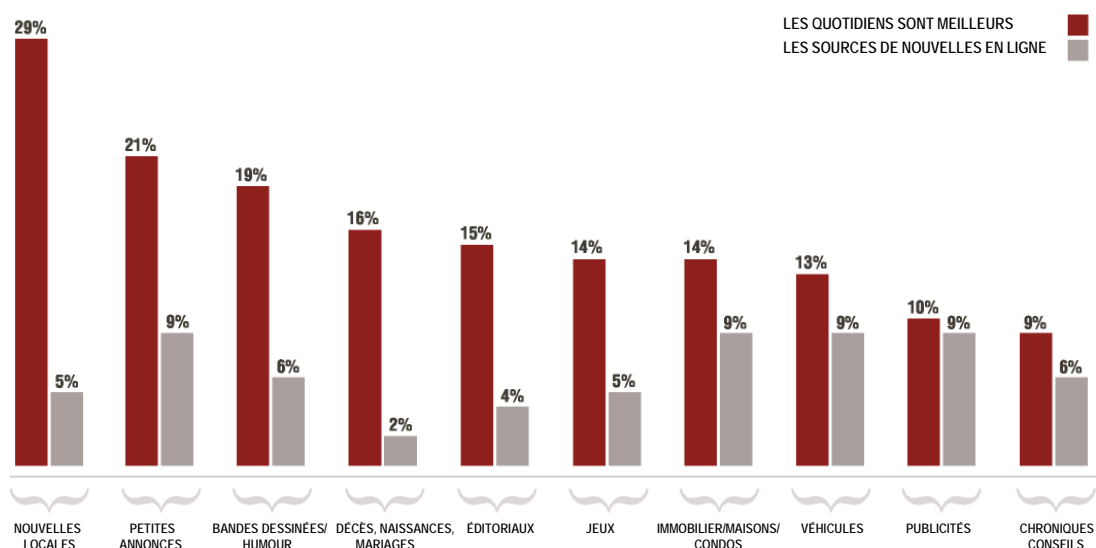
LES JEUNES LECTEURS SE TOURNENT VERS LES JOURNAUX POUR LES NOUVELLES LOCALES

On a préféré les journaux aux sources de nouvelles en ligne en ce qui a trait aux nouvelles locales – un segment que les jeunes ont identifié ailleurs comme étant un des principaux points d'intérêt chez les lecteurs (TABLEAU 9 et TABLEAU 13 plus loin).

Les petites annonces obtiennent aussi un pointage beaucoup plus élevé dans les journaux qu'en ligne, tout comme les bandes dessinées et les éditoriaux.

Mais les jeunes vont autant chercher des conseils sur les relations interpersonnelles sur Internet que dans les pages d'un journal.

TABLEAU 9) – LES RÉPONDANTS ONT ACCORDÉ UN MEILLEUR POINTAGE AUX QUOTIDIENS QU'AUX SOURCES DE NOUVELLES EN LIGNE POUR LES SEGMENTS SUIVANTS :



LES JEUNES LECTEURS DISENT LIRE DAVANTAGE

71% des jeunes lecteurs dans le segment démographique que nous avons identifié disent lire un journal au moins une fois par semaine (TABLEAU 10).

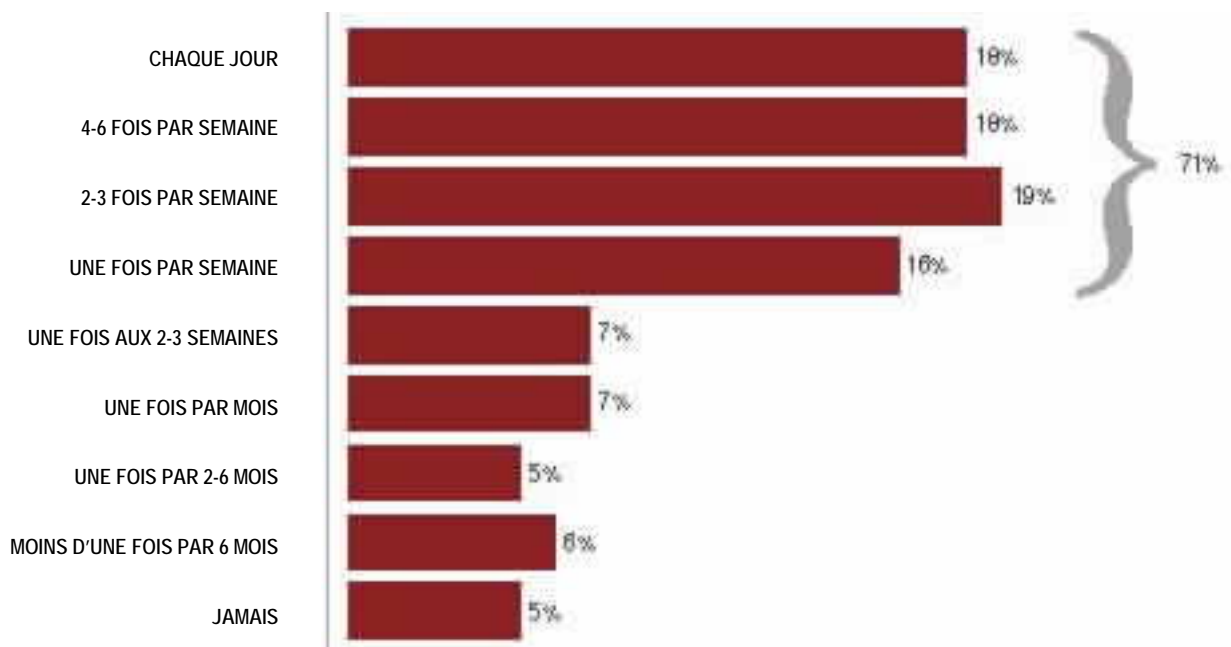
Et nous avons été surpris de noter que 41% de tous les répondants ont dit que la fréquence de leur lecture de journaux a augmenté dans les deux dernières années (contre 23% qui disent lire moins).

Les lecteurs les plus jeunes dans notre échantillonage (14-19 ans) sont les plus susceptibles de dire qu'ils ont lu davantage (58% sont de cet avis).

Une explication partielle est peut-être le fait que la question posée aux répondants regroupe tous les journaux ensemble y compris les quotidiens gratuits, un phénomène relativement nouveau au Canada.

TABLEAU 10) – LA PLUPART DES RÉPONDANTS LISENT UN QUOTIDIEN RÉGULIÈREMENT; 18% LISENT UN JOURNAL SEPT FOIS PAR SEMAINE.

71% DES RÉPONDANTS LISENT UN QUOTIDIEN AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE.



LES JEUNES ET LA TECHNOLOGIE

4

QUATRIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES LECTEURS SONT PEU ENCLINS À LA TECHNOLOGIE ET NE SONT PAS AU FAIT.»

QUATRIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES LECTEURS SONT PEU ENCLINS À LA TECHNOLOGIE ET NE SONT PAS AU FAIT.»

Nos données prouvent que, contrairement à cette idée préconçue, les jeunes lecteurs de journaux adoptent rapidement les nouvelles technologies (TABLEAU 11).

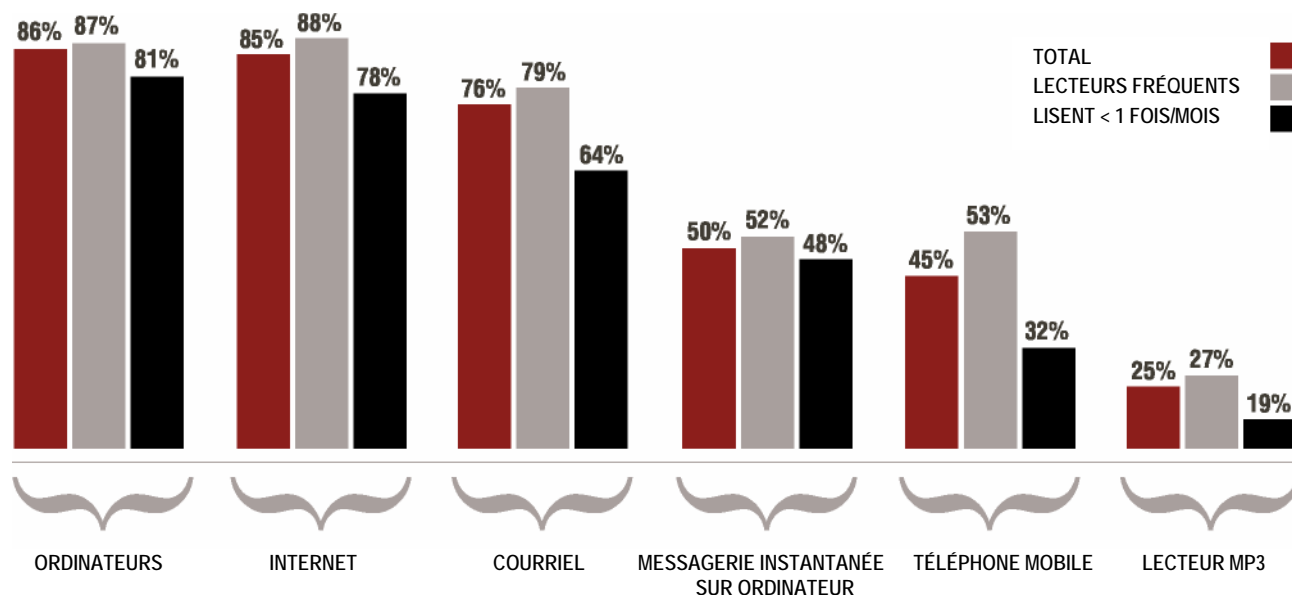
Bien que les lecteurs fréquents et ceux qui lisent moins souvent tendent à être moins loin les uns des autres en matière d'usage de l'ordinateur (87% contre 81%), la distance s'étend en matière d'usage d'Internet (88% contre 78%) et se creuse davantage en matière de l'utilisation du courriel (79% contre 64%).

Il y a moins de différence en matière de l'usage de l'ordinateur pour la messagerie instantanée.

Mais l'usage de téléphones cellulaires fait voir une grande divergence (53% chez les lecteurs fréquents contre 32% chez les lecteurs moins fréquents).

TABLEAU 11) – LES LECTEURS FRÉQUENTS SONT LES PLUS GRANDS UTILISATEURS DE TECHNOLOGIE.

CECI EST PARTICULIÈREMENT REMARQUABLE EN MATIÈRE DE L'USAGE DU TÉLÉPHONE MOBILE (53% DES LECTEURS FRÉQUENTS EN SONT DE GRANDS UTILISATEURS CONTRE 32% CHEZ CEUX QUI LISENT MOINS



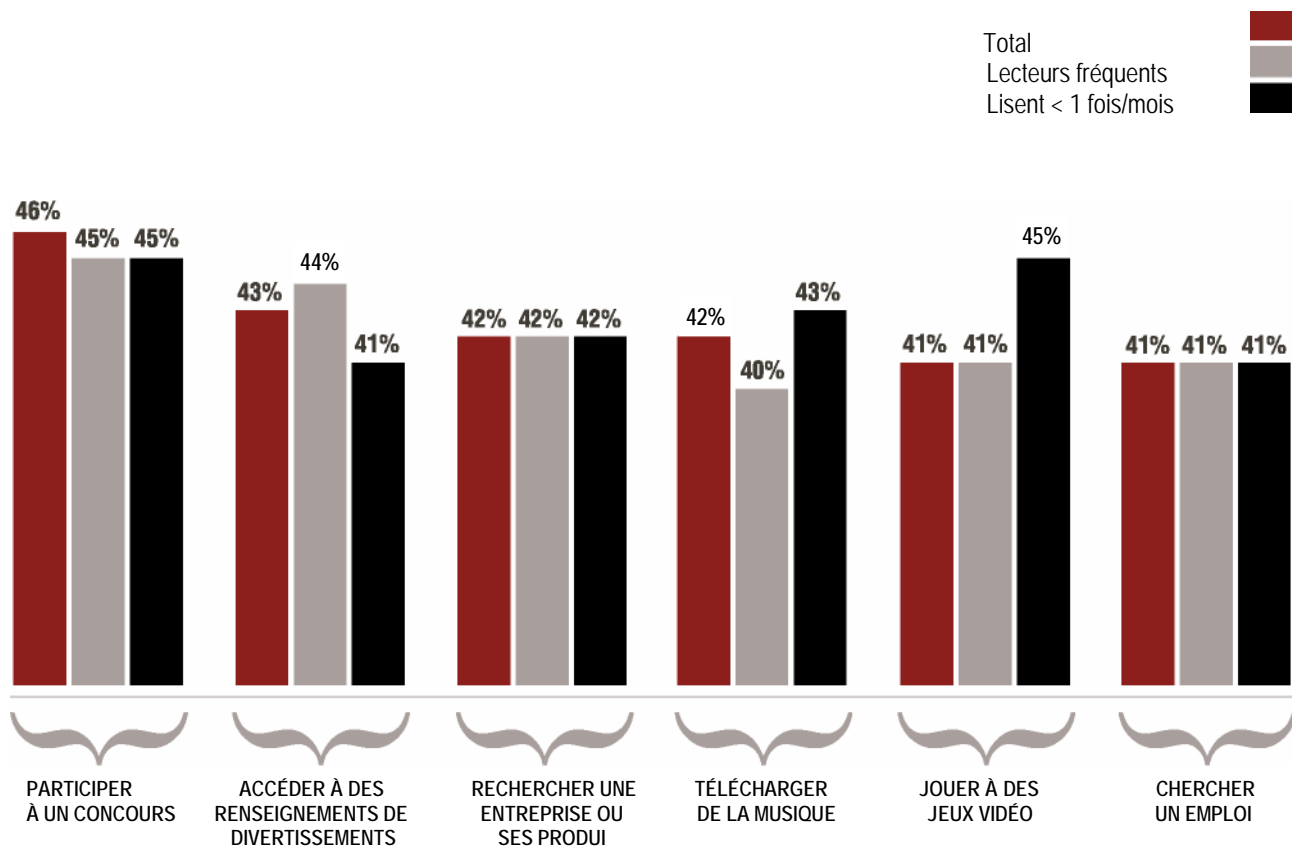
LES JEUNES LECTEURS CONSOMMENT AUSSI PLUS D'INFORMATION EN LIGNE

Nous avons aussi découvert que les lecteurs fréquents ont plus tendance à accéder en ligne à des nouvelles et à des informations financières que ceux qui lisent moins.

Les lecteurs fréquents ont plus tendance à payer pour télécharger ou accéder à des divertissements ou à de l'information que les lecteurs moins fréquents; il n'est pas surprenant de voir qu'ils ont davantage tendance à lire la version en ligne d'un quotidien (60% contre 37%).

Toutefois, nous n'avons pas trouvé de différences importantes entre les lecteurs fréquents et ceux qui lisent moins, concernant un large éventail d'autres activités en ligne, y compris le fait de chercher un emploi, de télécharger de la musique, de faire de la recherche sur une entreprise ou ses produits, d'accéder à des renseignements en matière de divertissement ou de participer à un concours (TABLEAU 12).

TABLEAU 12) – IL N'EXISTE PAS DE GRANDES DIFFÉRENCES ENTRE LES LECTEURS FRÉQUENTS ET CEUX QUI LISENT MOINS CONCERNANT LES ACTIVITÉS EN LIGNE SUIVANTES :



LES JEUNES ET CONSOMMATION DE NOUVELLES

5

CINQUIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES NE LISENT PAS LE JOURNAL POUR LES NOUVELLES.»

CINQUIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES NE LISENT PAS LE JOURNAL POUR LES NOUVELLES.»

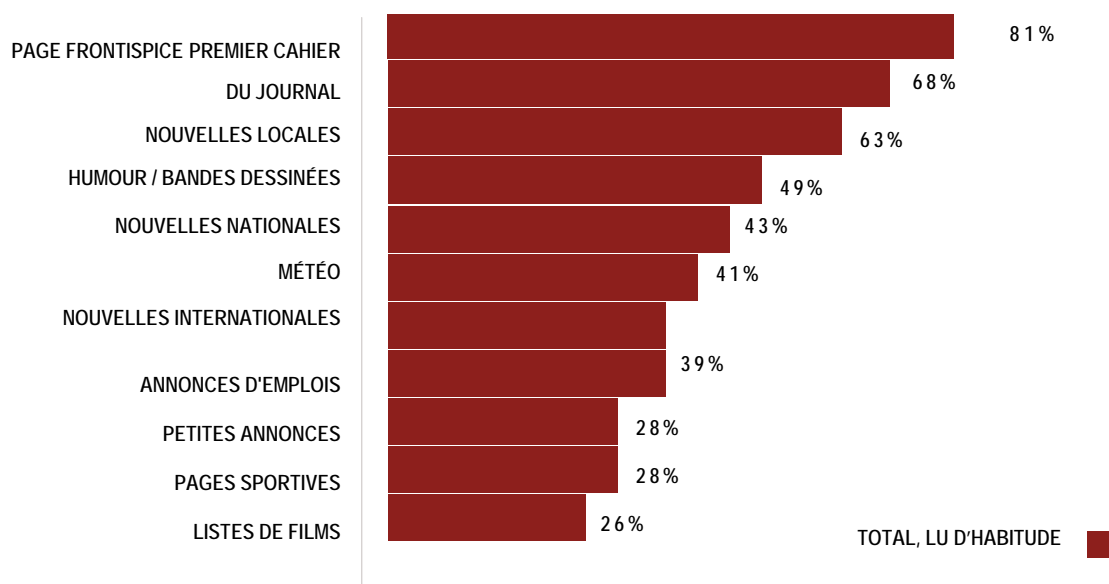
Le premier cahier du journal, celui qui contient le plus de nouvelles, est la partie du journal la plus lue par tous les jeunes, ce qui va à l'encontre du mythe voulant que les jeunes lecteurs ne soient pas intéressés par les grands dossiers, ceux qui sont mis à l'avant dans tous les journaux, quel que soit le jour de la semaine (TABLEAU 13).

Les nouvelles locales se classent au deuxième rang, indiquant ici encore que les jeunes lecteurs sont activement intéressés par les collectivités où ils vivent.

Les sports se classent moins bien qu'on ne l'aurait cru, mais cela est dû en partie au sexe des répondants dans ce segment – chez les répondants de sexe masculin, les sports obtiennent en fait un pointage de 46%, meilleur que celui des nouvelles internationales.

Il est surprenant de constater que les listes de films ne sont pas dans les cinq principaux domaines que lisent les jeunes dans le journal.

TABLEAU 13) – LES PREMIERS CAHIERS DU JOURNAL, QUI CONTIENNENT LE PLUS DE NOUVELLES, ET LES NOUVELLES LOCALES, SONT LES SEGMENTS DU JOURNAL LES PLUS SOUVENT LUS PAR LES JEUNES.



LES LECTEURS ET CEUX QUI NE LISENT PAS VEULENT DU CONTENU RÉPONDANT À LEURS INTÉRÊTS

Il n'est pas surprenant de noter que 71% des jeunes se disent d'accord ou fortement d'accord avec la déclaration qu'ils liraient davantage si le contenu était taillé selon leurs intérêts.

Le peu de temps disponible en empêche plusieurs de lire davantage. 74% des répondants se disent d'accord ou fortement d'accord avec la déclaration qu'ils liraient davantage s'ils avaient plus de temps à leur disposition.

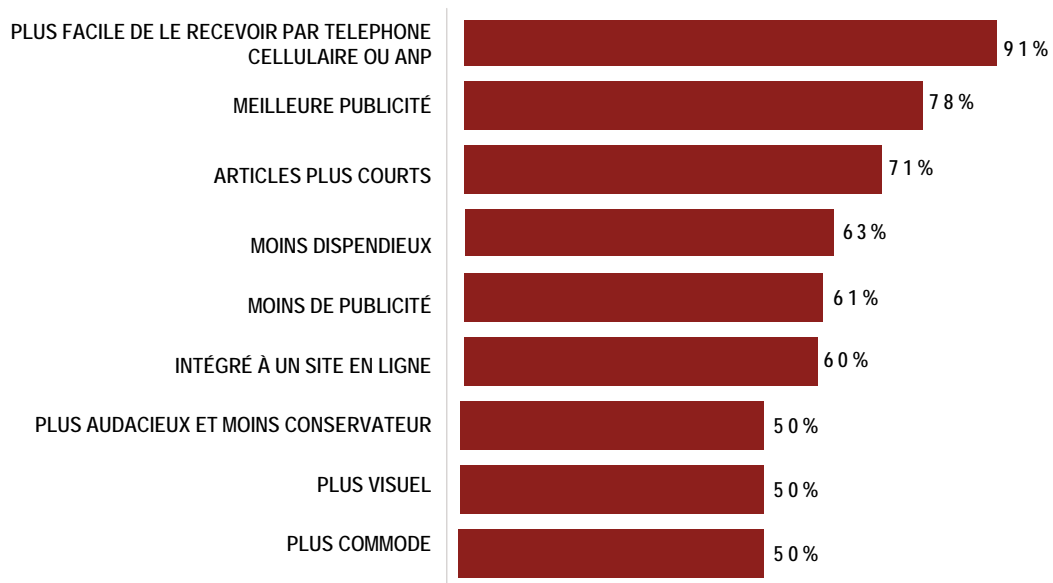
Mais 71% sont en désaccord avec la déclaration que des articles plus courts les inciteraient à lire davantage (TABLEAU 14).

Obtenir le contenu journal par téléphone cellulaire ou par ANP ne semble pas être un incitatif puisque 91% disent que cela le les encouragerait pas à lire davantage.

Ceci est encore plus pertinent si l'on constate, comme mentionné précédemment, le fait que les lecteurs fréquents utilisent davantage le téléphone cellulaire que ceux qui lisent moins (TABLEAU 11).

TABLEAU 14) – 71% DES RÉPONDANTS SONT EN DÉSACCORD AVEC LA DÉCLARATION QU'ILS LIRAIENT DAVANTAGE S'ILS RECEVAIENT LE CONTENU PAR TÉLÉPHONE CELLULAIRE OU PAR ANP.

POURCENTAGE DES RÉPONDANTS EN DÉSACCORD AVEC LA DÉCLARATION QUE LES FACTEURS SUIVANTS LES INCITERAIENT À LIRE LE JOURNAL DAVANTAGE



L'HABITUDE DE LA LECTURE DES JOURNAUX, ET COMMENT LA PRENDRE

6

SIXIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

«LES JEUNES PRENDRONT L'HABITUDE DE LA LECTURE DES JOURNAUX LORSQU'ILS
SERONT PLUS ÂGÉS, COMME L'ONT FAIT LES GÉNÉRATIONS PRÉCÉDENTES.»

SIXIÈME IDÉE PRÉCONÇUE

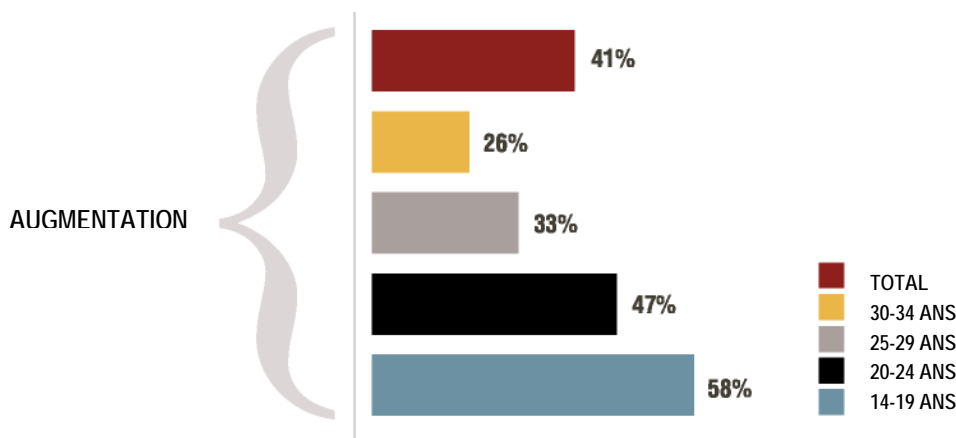
«LES JEUNES PRENDRONT L'HABITUDE DE LA LECTURE DES JOURNAUX LORSQU'ILS SERONT PLUS ÂGÉS, COMME L'ONT FAIT LES GÉNÉRATIONS PRÉCÉDENTES.»

Contrairement à cette opinion populaire, notre étude prouve que l'habitude de la lecture des journaux dépend des influences durant les années formatrices.

En fait, la preuve suggère que si les jeunes ne sont pas devenus des lecteurs de journaux lorsqu'ils atteignent 24 ans, il est peu probable qu'ils prendront cette habitude plus tard (TABLEAU 15).

L'habitude de la lecture tend à augmenter chez les 14-24 ans et il a moins tendance à augmenter par la suite.

TABLEAU 15) – L'HABITUDE DE LA LECTURE A PLUS TENDANCE À AUGMENTER CHEZ LES 14-24 ANS, ET MOINS PAR LA SUITE.



LES HABITUDES DE LECTURE DES JOURNAUX SE FORMENT PENDANT L'ADOLESCENCE

Le fait d'avoir le journal à la maison (TABLEAU 16) et à l'école (TABLEAU 17) a un important impact sur la prise de l'habitude de la lecture pendant ces années formatrices.

L'exposition aux journaux à l'école a un impact particulièrement visible sur les futures habitudes de lecture, comme le prouve le fait que 66% des lecteurs fréquents avaient le journal à l'école contre 51% pour ceux qui lisent moins.

TABLEAU 16) – LES LECTEURS FRÉQUENTS AVAIENT DAVANTAGE ACCÈS AUX JOURNAUX A LA MAISON PENDANT LEUR ENFANCE.

POURCENTAGE DES RÉPONDANTS QUI AVAIENT ACCÈS AU JOURNAL À LA MAISON PENDANT LEUR ENFANCE

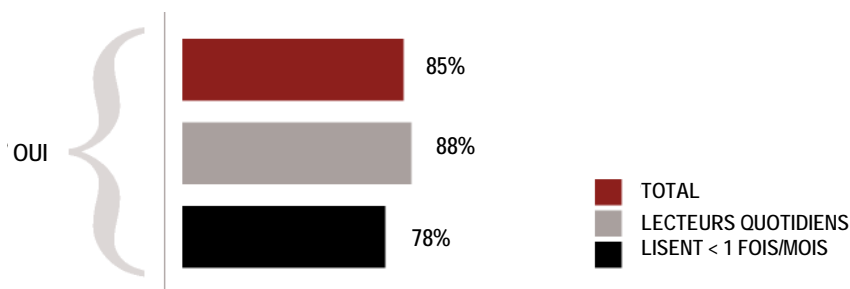
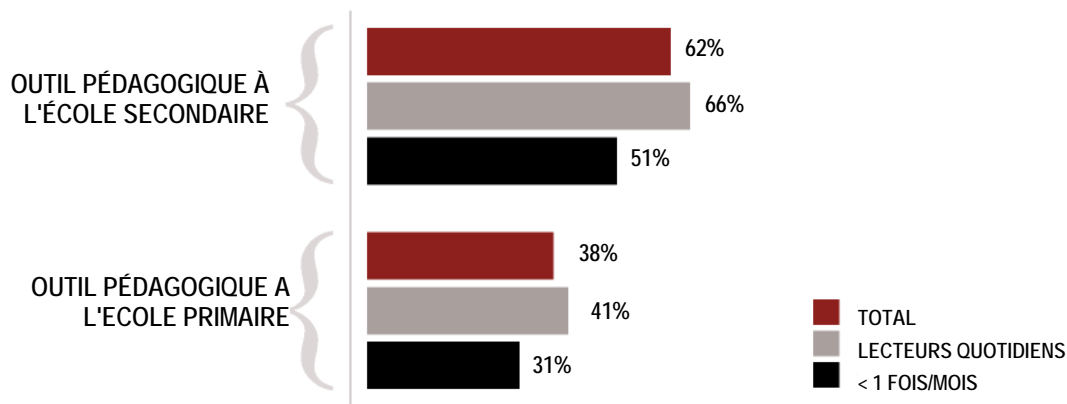


TABLEAU 17 – L'EXPOSITION AUX JOURNAUX À L'ÉCOLE A UN IMPACT SUR LES FUTURES HABITUDES DE LECTURE.



LES AVANTAGES SOCIAUX INHÉRENTS À L'ENCOURAGEMENT À LA LECTURE DES JOURNAUX CHEZ LES JEUNES

Tel que noté précédemment, notre étude n'avait pas pour but de démontrer si la lecture des journaux fait que les jeunes deviennent plus engagés dans le monde qui les entoure. Elle prouve cependant qu'il existe une forte corrélation entre la lecture des journaux, l'engagement civique et la participation sociétale.

Cette forte corrélation, et la preuve que l'habitude de la lecture des journaux est principalement prise avant l'âge de 24 ans, font qu'il est important de continuer à promouvoir l'utilisation des journaux à l'école.

De plus, les parents qui choisissent d'avoir le journal à la maison augmenteront la probabilité que leur enfant prenne l'habitude de la lecture des journaux.

CONCLUSIONS

1. Les jeunes lecteurs de journaux sont engagés dans le monde qui les entoure. D'importants avantages sociaux sont associés à la lecture des journaux chez les jeunes, y compris une plus grande participation au processus politique et un meilleur engagement au sein de la collectivité.
2. Les jeunes lecteurs de journaux se forment facilement des opinions et sont à la recherche de moyens pour les exprimer afin d'influencer les autres.
3. Les jeunes lecteurs de journaux sont ouverts et socialement actifs. Ils ont davantage tendance à visiter les magasins, les restaurants, les bars et les clubs de nuit que ceux qui lisent moins fréquemment.
4. Les jeunes lecteurs se fient davantage aux sources conventionnelles de nouvelles qu'aux nouveaux médias pour se renseigner sur les dossiers qui leur tiennent à cœur. Ils accordent aux journaux une haute note en matière de crédibilité mais ils préfèrent se tourner vers les sources en ligne pour les actualités internationales, les divertissements et la météo.
5. Les jeunes lecteurs participent aux nouveaux médias et adoptent plus les nouvelles technologies que ceux qui lisent moins souvent.
6. Ils sont branchés mais ne sont pas désintéressés. Les cahiers frontispices des journaux et les nouvelles locales sont les deux principaux segments de contenu que lisent les jeunes lecteurs.
7. Si les jeunes n'ont pas développé l'habitude de la lecture des journaux avant l'âge de 24 ans, il est peu probable qu'ils prendront cette habitude plus tard dans la vie. Sensibiliser les jeunes aux journaux tant à l'école qu'à la maison a donc un important impact sur les futures habitudes de lecture.
8. Les journaux ne doivent pas prendre leurs jeunes lecteurs pour acquis. Ces jeunes sont activement à la recherche de nouvelles et de renseignements et ils ont adopté toutes les technologies qui les leur livrent. Ils iront donc ailleurs s'ils ne trouvent pas ce qu'ils cherchent dans les pages d'un quotidien.