

Les jeunes adultes et les journaux

Les jeunes lisent de moins en moins les quotidiens. Le phénomène est global et, un peu partout, les éditeurs s'en inquiètent. L'Association mondiale des journaux y a consacré une part importante de son congrès tenu au début de l'été.

Le graphique 1 montre que la relation des jeunes avec la presse quotidienne du Canada n'échappe pas à la tendance générale. Ici aussi, les 18-24 ans sont moins nombreux que leurs aînés à lire régulièrement un journal en semaine. Le taux de 45% observé au Canada se rapproche de celui constaté aux États-Unis qui est de 41%. Cela ne veut pas dire que la majorité des jeunes n'ont aucun contact avec les journaux. De fait, ils sont aussi nombreux que les autres à lire au moins une édition chaque semaine – les éditions du samedi au Canada et celles du dimanche aux États-Unis sont plus populaires que les autres (graphique 2). C'est l'habitude de lire un quotidien chaque jour qui est en train de se perdre.

On a cru pendant longtemps que plusieurs de ces jeunes deviendraient des lecteurs plus assidus une fois arrivés à la trentaine alors que bon nombre d'individus «s'établissent» dans la vie (carrière et famille). Or, le chercheur John Bartoloméo démolit cette hypothèse dans une étude réalisée pour la Newspaper Association of America (graphique 3). Il démontre que les habitudes de lecture des quotidiens prises avant l'âge de trente ans perdurent. Il a suivi le comportement des Américains qui avaient entre 20 et 29 ans en 1972. Cette année-là la proportion d'entre eux à lire un journal chaque jour était de 46%. Dix ans plus tard, ces mêmes personnes sont des lecteurs assidus dans une proportion de 48%. En 1993, les mêmes individus présentent un taux de 49%. Un comportement similaire s'observe pour les personnes qui avaient entre 20 et 29 ans en 1982. Les données du chercheur montrent aussi que chaque nouvelle cohorte de jeunes adultes présente un taux de lecture inférieur à celui du groupe qui l'a précédée. Ainsi, en 1998 les lecteurs réguliers ne représentent plus que 22% des 20-29 ans alors que leur proportion atteignait les 46%

chez les personnes qui avaient le même âge en 1972 (graphique 3) La baisse de lectorat des journaux est donc un phénomène générationnel. Est-ce le fait de lire un journal qui rebute les jeunes ou le type d'information qu'il transmet?

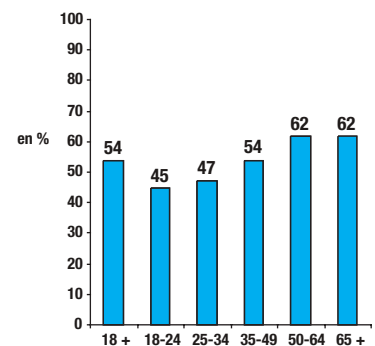
Tentatives diverses

Les chercheurs américains avancent qu'il y a un peu des deux. D'une part, la facture des journaux n'est pas assez vivante. Il faudrait davantage de pages couleur, de graphiques, de cartes, d'encadrés donnant des informations liées au sujet. En ce qui concerne le contenu, il devrait faire une plus large place au divertissement et à certains sports, sujets prisés par les jeunes, qui apprécient aussi que l'information aide la communauté desservie par le journal à résoudre ses problèmes. La publication doit également démontrer qu'elle se préoccupe du sort de toutes les composantes de la société, y compris de ce que vivent les plus jeunes.

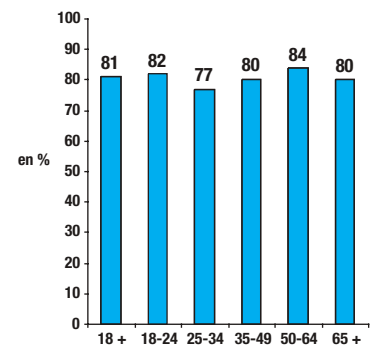
Certaines entreprises ont entrepris de modifier leur mise en page et leur contenu. D'autres courtisent davantage les milieux étudiants. Pour leur part, les deux grands quotidiens de Chicago ont choisi d'aller beaucoup plus loin en lançant des journaux conçus pour plaire spécifiquement aux 18-34 ans. Au menu : textes courts, langue simple, graphisme éclaté. Les jeunes hésitent cependant à déboursier 25 cents pour un exemplaire de l'un ou l'autre de ces journaux, habitués qu'ils sont de s'informer sans frais à la télévision et sur Internet,

D'autres éditeurs ont décidé de publier des journaux destinés aux enfants et aux pré-adolescents en espérant que l'habitude qu'ils prendront de lire un journal persistera quand ils vieilliront. Ainsi, *The Toronto Star* a lancé en janvier dernier un tabloïd entièrement en couleur et destiné au groupe des 9 à 14 ans. *Brand New Planet* est distribué gratuitement dans les écoles. La plupart des articles sont écrits par des adolescents. Reste à voir si les annonceurs suivront, car dix ans plus tôt le journal torontois *The Monitor* qui s'adressait également à ces jeunes a déclaré faillite moins d'un an après son lancement, faute de revenus publicitaires suffisants.

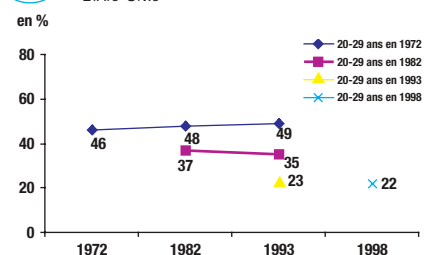
1 LECTEURS RÉGULIERS DES QUOTIDIENS EN SEMAINE SELON LES GROUPES D'ÂGE EN 2002, CANADA



2 LECTEURS D'AU MOINS UNE ÉDITION D'UN QUOTIDIEN SUR L'ENSEMBLE DE LA SEMAINE SELON LES GROUPES D'ÂGE EN 2002, CANADA



3 LECTEURS DE QUOTIDIENS SUR UNE BASE JOURNALIÈRE POUR CERTAINS GROUPES D'ÂGE, ÉTATS-UNIS



Sources : Données NADbank, 2002 : « Les quotidiens esquissent des stratégies de sortie de crise », *Le Monde*, 12 juin 2003 ; « Star's new paper woos tween readers » *The Globe and Mail*, 12 mars 2003 ; « A Mixed Reading on Tribune's Youthful RedEye », *Newsday*, 18 juillet 2003. www.naa.org/artpage.cfm?AID=5095&SID=1113 ; www.naa.org/Presstime/PTArtPage.cfm?AID=2526