

LES IMAGES DU GROS LECTEUR DANS LES ÉTUDES EN EUROPE

par Anna Signorini

1. Les images des gros lecteurs

Les analyses des instituts démoscopiques et l'organisation des données statistiques européennes révèlent des acceptions différentes et des images différentes se rapportant aux lecteurs habituels.

Les instituts de recherche européens **n'emploient pas les mêmes paramètres** et les mêmes méthodologies pour classer le marché du livre. Par conséquent les résultats que nous lisons dans les statistiques **ne se rapportent qu'à l'apparence aux mêmes ensembles textuels et aux mêmes groupes de lecteurs**. Toutes les analyses comportent et utilisent des typologies qui changent d'un institut à l'autre dans la même nation d'appartenance.

Chaque pays place les mêmes ouvrages dans des groupes et des genres différents. Cette hétérogénéité des instruments et des modèles d'analyse empêche la constitution d'un panorama général et uniforme qui puisse comparer les habitudes des européens à la lecture.

La définition de *gros lecteur* est très variée. Ce fait signale déjà que chaque définition spécifique tend à considérer une identité particulière attribuée d'une nation à l'autre à ce **sujet social et économique** à l'intérieur des hiérarchies d'importance dans tout l'ensemble des lecteurs.

Les critères quantitatifs adoptés par chaque nation et par chaque organisme de recherche pour mesurer statistiquement l'importance et la typologie des lecteurs sont des **indices de l'importance attribuée par les différents pays à la lecture des livres et de la diffusion de l'habitude à la lecture**, et ils sont proportionnels à la moyenne de livres lus dans chaque nation (par exemple en Italie on considère gros lecteur celui qui lit entre 10 et 12 livres par an, en France celui qui lit plus de 20 livres par an).

2. Le gros lecteur entre acheteur et usager

Le gros lecteur est défini quantitativement suivant deux modalités :

(i) à travers des enquêtes de marché, qui le caractérisent **comme acheteur**, sur la base du nombre de livres achetés par mois ou par an, par ex. suivant les données du nombre de possesseurs de cartes fidélité d'une librairie, les réponses obtenues par les éditeurs à travers les fiches-questionnaire insérées dans leurs textes, etc. ;

(ii) à travers les **sondages et les interviews ciblées** sur un échantillon représentatif, comme celles qui sont conduites par les bibliothèques municipales, sur les choix personnels et les habitudes de leurs usagers.

3. Les gros lecteurs oubliés

Toute recherche est toujours nécessairement approximative, car plusieurs gros lecteurs sont en fait invisibles aux statistiques de marché, comme par ex. les *bookcrossers* ou les **usagers de bibliothèques numériques**, qui déchargent les ouvrages gratuitement et sans devoir s'inscrire, ou les usagers de **bibliothèques publiques**, qui lisent même beaucoup de textes de prêt mais qui n'achètent pas.

Ces modalités d'accès à la lecture parallèles, souvent incontrôlables, forment une zone grise qui est ignorée par la plupart des relevés statistiques actuels.

4. Gros lecteurs et cible

Les données fournies par la vente du marché du livre ne permettent pas de remonter à la réalité numérique et aux goûts des gros lecteurs, qui ne peuvent être identifiés comme simples acheteurs.

La tendance des enquêtes statistiques à faire coïncider l'identité des lecteurs habituels et celle de la cible privilégiée par les éditeurs montre aussi que plusieurs études démoscopiques sont conçues pour implémenter les ventes et pour améliorer les stratégies éditoriales, et qu'elles définissent les **gros lecteurs** comme un ensemble partiel du groupe plus vaste et mixte des **gros lecteurs et fréquentateurs de médias**.

On trouve avec une plus grande fréquence des **approfondissements sur les goûts culturels et sur les habitudes privées** non seulement économiques des gros lecteurs dans les enquêtes commissionnées par des organismes gouvernementaux pour la promotion à la lecture.

Certaines études reportent des critères différents pour quantifier la fréquence à la lecture et pour extrapoler les pourcentages des gros lecteurs : on passe **du nombre de livres lus en un an, au nombre de livres achetés en un an, au nombre d'heures consacrées à la lecture par semaine ou par jour**.

5. Différentes recherches et définitions de lecteurs habituels en Europe

Ci-après nous citons, à titre d'exemple, quelques recherches récentes qui montrent la différence dans l'utilisation et dans la gestion des données obtenues par chaque organisme de statistique.

Leur comparaison sert à illustrer l'insuffisance d'études homogènes et l'absence de paramètres uniques pour l'identification, la définition et l'analyse de la pratique de la lecture habituelle.

5.1. L'Italie

En Italie, les deux principaux organismes démoscopiques, l'ISTAT et le Censis, présentent différentes images de *gros lecteur* qui changent suivant les indices moyens du nombre de livres lus ou achetés par an.

5.1.1. Suivant l'ISTAT

Suivant l'ISTAT *gros lecteur* est le lecteur qui lit plus de **11 à 12** livres par an, comme on peut le voir par exemple dans le tableau des années 1988-1994 (**tableau 1**).

En 2000 l'ISTAT a enregistré une baisse des lecteurs quotidiens de journaux, qui sont passés de 47% en 1996 à 41%, et a quantifié l'ensemble des lecteurs de plus de 12 livres par an autour de 12,1% du total (38,3%) des lecteurs de livres.

(cfr. AIE, *Le cifre dell'editoria in Italia, Rapporto 2002 [Les chiffres de l'édition en Italie, Rapport 2002]*, Rome, Ministère pour les biens et les activités culturelles, Division édition, par

le Bureau d'Études de l'Association italienne des Éditeurs, coordinateurs G. Peresson et L. Novati, mars 2002, **tableau 2**).

Les gros lecteurs, 5-6% de la population totale, soutiennent environ 80% de tout le marché de l'édition.

(cfr. Observatoire sur l'édition et sur la communication, *L'editoria nel nuovo ambiente competitivo: l'industria della comunicazione nel difficile passaggio dal vecchio al nuovo [L'édition dans le nouveau milieu compétiti : l'industrie de la communication dans le passage difficile de l'ancien au nouveau]*, Milan, 25 novembre 2002,

<http://www.editoriaecomunicazione.it/osservatorio2.asp?anno=2002>).

5.1.2. *Suivant le Censis*

Dans le *Primo rapporto annuale sulle comunicazioni in Italia [Premier rapport annuel sur les communications en Italie]* du Censis, de 2001, le *gros lecteur* correspond à la catégorie de ceux qui lisent plus de **10 livres par an (tableau 3)**.

L'indicateur quantitatif choisi par cet institut pour identifier les gros lecteurs **apparaît exigu** par rapport aux indicateurs adoptés par d'autres recherches sur la lecture, mais il est significatif par rapport à la moyenne de la diffusion nationale de la pratique de la lecture.

5.1.3. *Suivant Demoskopea*

La discordance entre les données et l'oscillation du domaine de la classification des gros lecteurs, des lecteurs de plus de 10 livres à ceux de plus de 11-12 livres poursuit si nous considérons aussi les nombres relevés **par l'Institut Demoskopea, qui a enregistré en 2001 sur un échantillon de 1.000 personnes âgées de 8 à 80 ans une baisse de 20,3%, par rapport à l'année 2000, du nombre de personnes qui achètent plus de 20 livres par an, contrebalancé par l'augmentation des acheteurs entre 16 et 20 livres par an.**

(cfr. Université de Bologne, École Supérieure de Sciences Humaines, MASTER EN ÉDITION SUR PAPIER ET MULTIMEDIA, Giuliano Vigni, *Il lettore e il suo editore: la promozione della lettura [Le lecteur et son éditeur : la promotion de la lecture]*, 6 février 2002,

<http://www.sssub.unibo.it/master/conferenze%20editori/vigini.htm>).

Ce dernier exemple de modèle d'analyse quantitative des lecteurs habituels est plus proche de celui qui est utilisé par de nombreuses **analyses françaises, qui considèrent gros lecteur l'acheteur ou le lecteur de plus de 20 livres par an.**

5.1.4. *Gros lecteurs et territoire*

Selon le Rapport Censis sur l'édition de livres en Italie en 2000 les gros lecteurs se trouvaient principalement dans **les grandes agglomérations métropolitaines**, dans lesquelles sont implantés de grands points de vente de livres, et ils **s'élevaient à peu près à 16% par rapport à la moyenne nationale de 12%**.

Suivant l'ISTAT, dans les centres des agglomérations métropolitaines – où la structure de distribution s'est davantage transformée en sens moderne à travers l'ouverture de grandes surfaces de vente – le nombre de personnes qui se déclarent « gros lecteurs » est plus élevé : 15,5% par rapport à une moyenne de 11,7% (cfr. AIE *Rapporto 2002*, cit.).

Ces analyses réfléchissent la disparité des lecteurs suivant le lieu où ils habitent et l'insuffisance de l'offre de la distribution dans les zones périphériques et non urbaines, et des facteurs extérieurs qui influencent significativement la formation de gros lecteurs.

5.1.5. *Lecture et distribution*

Le congrès de Vérone intitulé *Distribuzione del libro in Italia e in Germania. Due realtà a confronto* [Distribution du livre en Italie et en Allemagne. Comparaison entre deux situations] (20 janvier 2003) a attiré l'attention sur le fait qu'**une des raisons pour lesquelles en Italie on ne lit pas beaucoup et les gros lecteurs diminuent chaque année est qu'il est difficile de trouver les livres.**

Si en Allemagne il faut environ 8 heures pour trouver un livre, en Italie on a calculé qu'on emploie 3 à 4 jours, et si les titres disponibles dans les catalogues allemands s'élèvent à 1 million, en Italie il y en a 250.000 (cfr. www.alias.org/news/convdist.shtml, consulté en avril 2003).

On a calculé aussi qu'en Italie **43% des lecteurs ne réussit pas à trouver chez le libraire le titre qu'ils cherchent et que les petites librairies ont toujours plus tendance à diminuer** (elles sont environ 2.500 sur tout le territoire) au bénéfice des grands points de vente qui offrent les titres les plus vendus.

5.1.6. *Gros lecteurs et lecteurs moyens : la différence des genres choisis*

Dans les enquêtes conduites en 2001 par l'ISTAT et reprises par l'AIE (Association italienne Éditeurs) le lecteur *moyen* se distingue du gros lecteur en fonction du genre acheté et lu.

Sont considérés **lecteurs moyens les acheteurs habituels de romans policiers, science-fiction, manuels de vie pratique et romans roses vendus en kiosque**, qui dans le rapport étaient estimés à près de 6 millions de personnes.

>>>>> Dans cette définition apparaît évidente **la caractérisation implicite du gros lecteur avec la typologie du lecteur de romans (mais non seulement) de haute qualité**, qui choisit les auteurs et les titres appréciés par la critique, alors qu'**on considère lecteurs moyens les lecteurs qui sont plutôt intéressés par les romans et les genres sériels, de consommation rapide mais fréquente.**

Cette donnée caractérise le type de lecteur **suivant des paramètres qui considèrent les genres littéraires, et pas la quantité de livres lus par an.**

Le marché du roman rose, qui d'habitude implique de la part de l'acheteur une forte consommation, ne permet pas de définir le lecteur suivant les mêmes catégories applicables à la grande consommation de romans de qualité.

5.1.7. *Gros lecteur, lecteur moyen et lecteur média*

Cette classe de lecteurs caractérisés par l'expression « lecteurs *moyen* » reste limitée à un genre unique et technique, qui la rapproche au lecteur de manuels de vie pratique, de dictionnaires ou de brochures.

Leur exclusion du groupe des gros lecteurs met en évidence la tendance italienne des instituts de recherche statistique **à ne pas considérer le gros lecteur comme un grand consommateur de médias**, comme une personne qui navigue beaucoup, qui voyage, va au théâtre, à la bibliothèque et qui lit beaucoup, mais surtout qui lit beaucoup de types différents de textes : des romans de qualité aux romans policiers du kiosque, aux textes sur le web, au journal quotidien, à la publication mensuelle, à la brochure, au notice de fonctionnement de matériel hi-fi.

Une des raisons possibles de cette insuffisance à fournir dans les modèles et dans les grilles d'analyse et de prévision adoptés par l'ISTAT pour relever la réalité de la lecture transversale peut être, dans les sondages, l'insuffisance de questions concernant les activités collatérales à la lecture du livre.

5.1.8. *Le gros lecteur comme consommateur de médias*

De leur côté, la **Fondation Censis et la Ucsi** (Unione Cattolica Stampa Italiana – Union Catholique Presse Italienne) ont lancé la recherche de 2002 partiellement dans cette direction, comme il est exposé dans le *Secondo Rapporto sulla Comunicazione. Italiani & Media [Deuxième Rapport sur la Communication, Italiens & Médias]*, Rome, octobre 2002 (et, en détail, toute la recherche, *Comunicazione e cultura [Communication et culture]* dans Censis, *36° rapporto sulla situazione sociale del paese 2002 [36^e rapport sur la situation sociale du pays 2002]* http://www.edscuola.it/archivio/statistiche/censis_02.pdf), qui **analyse la stratification de la population italienne sur la base du rapport personnel avec les médias et sur la quantité de médias utilisés.**

Les classes de consommateurs (entre 14 et 85 ans) ont été réparties suivant 5 typologies, mais il manque une analyse détaillée du phénomène de la quantification de la lecture fréquente : la catégorie « Livres » ne comprend que les lecteurs de 1 à 3 livres par an :

(i) **les marginaux**, qui **utilisent normalement un seul médium, généralement la télévision**, s'élèvent à 4 millions 500 mille et constituent 9,1% de la population examinée. Principalement il s'agit de femmes âgées, ayant un bas niveau d'instruction, méridionales ou du Nord-est.

(ii) **les pauvres en médias**, qui **utilisent normalement 2 ou 3 médias mais qui ont encore un rapport presque exclusif avec la télévision**. Ils s'élèvent à 18 millions 400 mille et constituent 37,5% du total de la population examinée. Il s'agit principalement de femmes d'âge moyen, méridionales.

(iii) **les consommateurs moyens**, qui **utilisent normalement 4 ou 5 médias et ont un usage routinier de la télévision, de la radio, des quotidiens et avec une orientation sensible vers la lecture des livres**, mais avec un rapport très faible ou généralement nul avec les médias informatiques. Ils s'élèvent à 17 millions 800 mille et constituent 36,3% de la population. Il s'agit principalement d'hommes jeunes, souvent bacheliers, du Nord-ouest.

(iv) **les omnivores**, qui **utilisent 6 ou 7 médias**. Leur caractéristique principale par rapport aux groupes précédents consiste essentiellement dans le fait que ces personnes ont aussi développé **une bonne familiarité avec les médias informatiques**. Ils s'élèvent à 7 millions 300 mille et constituent 14,8% de la population, avec une prépondérance masculine sensible (57,1%) et une prédominance significative de jeunes adultes (30 à 44 ans : 35,7%) et de jeunes (18 à 29 ans : 34,4%). Les diplômes sont généralement de niveau moyen ou élevé : baccalauréat dans

56,5% des cas, diplôme universitaire dans 18,8% des cas, c'est-à-dire plus du double de la moyenne nationale. Les étudiants sont significativement représentés par un pourcentage de 21%. 78% de la catégorie lit les quotidiens, 70% fréquente Internet et un pourcentage semblable (68%) représente les lecteurs de livres. Principalement des hommes jeunes, avec un diplôme d'études secondaires ou universitaires, de l'Italie centrale.

(v) les *pionniers*, qui **pratiquement utilisent tous les médias à disposition**, des personnes qui, par condition générationnelle, occupationnelle et d'instruction se trouvent dans des situations ou des contextes particulièrement favorables au développement d'une grande familiarité avec les médias. Ils s'élèvent à 1 million 100 mille et constituent 2,3% de la population italienne. Les radios et les quotidiens sont les plus répandus dans ce groupe avec 99,1%, alors que la télévision est « seulement » à la deuxième place, bien qu'avec un respectable 98,2% de diffusion ; l'usage de l'ordinateur suit tout de suite après, à la troisième place, avec 97,2%, les livres sont déjà à la quatrième place avec 88%, à la cinquième il y a les hebdomadaires avec 87%, et Internet occupe la sixième, mais toujours avec une très grande importance, 86,1%. Dans 40,7% des cas, ce sont des jeunes entre 18 et 29 ans et pour 44,4% des personnes âgées de moins de 44 ans. Le diplôme universitaire atteint 23,2% de diffusion et le titre du diplôme d'études secondaires 62%. Sur le plan de l'emploi, pratiquement tous ont un travail (62,3%) ou sont étudiants (20,8%). Principalement des jeunes, avec des diplômes d'étude élevés, distribués de manière homogène par genre et par zone géographique.

5.1.9. Insuffisances dans l'analyse

Cette étude révèle que le **grand consommateur de médias est aussi un lecteur, mais il manque une analyse de la fréquence de lecture, et il est impossible d'extrapoler aucune donnée sur les gros lecteurs.**

Les enquêtes statistiques devraient organiser les recherches sur les gros lecteurs sur la base d'une nouvelle image de lecture qui en prévoient toutes les nuances possibles et qui ne considère pas exclusivement le livre mais aussi d'autres formes de textes (sites, blogs, presse, revues).

5.1.10. Lecture et achat

La lecture est souvent identifiée par les instituts de recherche par l'achat, alors qu'il s'agit de deux modalités de l'accès aux livres très différentes.

Elle doit être partagée au moins suivant trois typologies différentes :

- la **lecture intégrale**, du début à la fin d'un texte ;
- la **lecture par fragments**, un indicateur important qui a été prévu, par exemple, par la recherche espagnole du CIDE (**tableaux 23, 24**) ;
- la **lecture parallèle** simultanée de plusieurs textes.

D'après Gian Arturo Ferrari, directeur général du Département Livres Mondadori, le marché des livres en Italie est en grande partie élitaire, **fondé sur 6% de la population adulte qui à elle seule achète et lit la moitié des livres achetés et lus, surtout à travers le canal des librairies qui vendent des livres de qualité.**

L'autre moitié est formée par 44% de lecteurs appelés d'une façon générique *petits*, occasionnels, qui achètent principalement dans les grands points de vente proposant des titres populaires et des livres à grand succès.

(cfr. Gian Arturo Ferrari (Directeur Général Département Livres Mondadori), *Lettera aperta ai librai italiani [Lettre ouverte aux libraires italiens]*, Segrate, 16 mars 2001, <http://www.arpnet.it/cs/librivendoli/ferrari.html>)

D'après cette dernière analyse on remarque un autre point de désaccord par rapport aux grilles d'évaluation des typologies de lecteurs.

Le lecteur *petit* tracé par Mondadori est une personne qui ne lit pas un même genre avec constance et dont les choix sont difficiles à prévoir, mais qui achète souvent le livre à grand succès ; il semble correspondre à la typologie du lecteur *moyen* prévue par l'ISTAT.

Tous deux considèrent le lecteur suivant la qualité des titres lus et achetés, moins sur la base du nombre général de livres lus en une année.

5.2. La France

Les enquêteurs définissent les lecteurs habituels comme de *gros ou forts lecteurs*.

La recherche *Sociologie de la lecture en France : état des lieux*, coordonnée par Jean-François Hersent et publiée en juin 2000 (<http://www.culture.fr/culture/dll/sociolog.rtf>) pour le compte du Ministère de la culture, distinguait deux types de recherches de Sociologie de la lecture en France, une discipline née dans ce pays après la guerre et qui s'est développée autour de deux influences principales : celles qui dérivent des théories du **psychologue russe Nicolas Roubakine**, du **sociologue américain Douglas Waple** et du **bibliothécaire allemand Walter Hofman** d'une part, et celles qui dérivent de Condorcet et qui sont liées aux politiques culturelles : le groupe *Sociologie du loisir* du CNRS, le centre de **sociologie des faits littéraires de Bordeaux** (à présent ILTAM) et le **groupe *Peuple et culture***.

Cet aperçu historique long et détaillé sur la situation des recherches sur la lecture en France montre l'importance que ce pays reconnaît au phénomène de la lecture et de son analyse sociale.

5.2.1. Deux types d'enquête

Parmi les enquêtes menées au cours de 50 dernières années, Hersent a distingué l'évolution des recherches sur la base de deux filons : (i) qualitatif et (ii) quantitatif.

De nombreuses études quantitatives ont été fondées sur les corrélations entre les caractéristiques socioculturelles et l'habitude à la lecture qui souvent, à son avis, ne tiennent pas compte de modalités et d'instruments d'analyse du phénomène également importants.

Par exemple, les « écarts par rapport à la norme », les exceptions et tout ce qui contredit la typicité des catégories des lecteurs.

5.2.1.2. Lecture et réception

L'intérêt de ce problème souligne la diversité et la multiplicité des modes de réception des textes, car le rapport entre le texte et le lecteur est interactif et dans les enquêtes statistiques il faudrait considérer aussi la diversité sociale de réception d'un même texte.

5.2.1.3. Forts lecteurs et très forts lecteurs

La section sur les années 90 sur la comparaison entre 3 études menées à travers des sondages par DDI, France Loisirs et Le Monde-Fureur de Lire 1993 reportait comme *forts lecteurs* les lecteurs de plus de 25 livres par an (10,4% de la population interrogée), un indice choisi bien supérieur à ceux de pays comme l'Italie et qui révèle la grande différence entre ces deux nations par rapport à la diffusion moyenne de la pratique de la lecture.

Ce groupe apparaissait orienté surtout vers la pratique de la lecture en bibliothèque, moins vers l'achat par correspondance ou à travers les clubs de lecture.

Les lecteurs de 10 à 24 livres par an ont été définis *moyens* lecteurs (environ 23,7% du total interrogé), un taux de lecture qui serait appliqué en Italie à la catégorie de lecteurs forts, ou même très forts. Ce groupe semble moins fréquenter les bibliothèques (un quart seulement est usager de bibliothèques).

5.2.1.4. *Lecture en bibliothèque*

Hersent reportait aussi les données de l'enquête commissionnée en 1995 par la Direction du livre et de la lecture au service d'études et de recherches de la BPI, publiée en 2000, sur les rapports entre la lecture et la fréquentation de 36 bibliothèques publiques.

Au cours des 3 mois précédant l'enquête 87% des personnes interrogées avaient lu au moins un livre ; de celles-ci, 2/3 avaient lu entre 1 et 9 livres.

20% de l'échantillon considéré avaient lu entre 10 et 19 livres et 19% plus de 20 livres.

Il résultait ainsi que le gros lecteur représentait 44% du total des usagers des bibliothèques.

Le genre le plus lu en bibliothèque était le roman contemporain (41%).

5.2.1.5. *Gros lecteurs et canaux de jouissance*

Cette étude sur les données statistiques sur la lecture dans les années 90 a enregistré une prédominance de questions à caractère psychologique, sur les motivations des lecteurs à privilégier un médium d'achat et/ou de jouissance des livres par rapport à d'autres :

dans les réponses on constatait une prédominance de facteurs comme la proximité de la bibliothèque ou de la librairie par rapport au lieu de résidence, la possibilité de recevoir des conseils pour le choix, se sentir à son aise et la possibilité de choisir sans se presser (de flâner).

L'habitude de fréquenter aussi bien les librairies que les bibliothèques s'est révélée une caractéristique des gros lecteurs.

5.2.1.6. *Les indicateurs communs*

Hersent aussi constatait l'absence d'indicateurs communs entre les différents pays dans les études sur la fréquence et les habitudes de lecture, car il n'existe pas encore de règles unifiées ou de transpositions d'un indicateur national à l'autre.

Par ex. **les nomenclatures socioprofessionnelles varient considérablement d'un pays à l'autre**, de manière que la comparaison immédiate entre les expressions utilisées par chacun devient souvent impraticable.

Dans la courte liste d'études comparatives sur les habitudes à la lecture entre européens on signalait :

- l'étude de France Édition (1995) ;
- une série d'enquêtes intitulées « Regards croisés : Lire en Europe » commissionnée conjointement par la Direction du livre et de la lecture et par France Loisirs (1994), réalisée par le groupe SOFRES et mise à jour à l'été 1996 ;
- l'enquête sur les pratiques de la lecture des lycéens Grinzane 1997 ;
- l'enquête Grinzane Europa 1999 sur les préférences des jeunes européens.

5.2.2. Une enquête de 2001

De nombreuses enquêtes menées en France caractérisent le groupe des lecteurs à travers des modèles quantitatifs considérant le temps consacré chaque jour à la lecture.

(d'après la définition donnée dans l'enquête *Les non usagers des bibliothèques parisiennes* de l'Observatoire permanent sur la lecture publique à Paris, qui considère gros lecteur celui qui lit au moins 1 heure par jour, cfr. « BBF », Paris, t.43, n.5, 1998).

L'enquête menée et reportée par la revue « INSEE Première » (Hélène Michaudon, Division Conditions de vie des ménages, *La lecture, une affaire de famille*, n.777, mai 2001) présente de son côté une définition de gros lecteur comme étant celui qui lit au moins **12 livres** par an.

27% des personnes interrogées (à partir de 15 ans, dont 2/3 sont des femmes) ont déclaré qu'ils lisent au moins 1 livre par mois (cfr. INSEE, *Enquête permanente sur les conditions de vie des ménages*, octobre 2000).

Les questions posées à l'échantillon considéré concernent soit la pratique actuelle soit le taux de lecture moyen pratiqué par ces personnes au cours de leur enfance, entre 8 et 12 ans (**tableau 4**).

5.2.2.1. Lecture et instruction

A côté de ces résultats ont été reportées des données du Ministère de la culture sur les gros lecteurs.

Alors que la possibilité de trouver les livres est caractérisée par l'abondance de l'offre, la pratique de la lecture dépend beaucoup du milieu socioculturel.

42% des bacheliers et 17% seulement des non-bacheliers sont de gros lecteurs et il s'agit bien souvent de cadres.

5.2.2.2. Lecture et lecteurs en famille

L'enquête d'INSEE a considéré la fréquence de lecture des personnes interrogées en rapport aussi au niveau culturel des parents, pour comprendre l'origine sociale, l'influence des modèles parentaux et les habitudes de l'enfance des adultes qui lisent beaucoup (**tableaux 5, 6, 7, 8**). En général, les adultes lisent moins que lorsqu'ils avaient entre 8 et 12 ans.

Comme pour l'âge adulte, la lecture était plus habituelle pour les femmes (72%) que pour les hommes. Les enfants uniques ou les aînés étaient des lecteurs plus assidus que les enfants ayant de nombreux frères et sœurs.

Les gros lecteurs ont souvent des parents bacheliers (au moins un) suivant de près le travail scolaire de leurs enfants.

Cette recherche révèle aussi un aspect insolite : il semble que, parmi les enfants qui regardent longtemps la télévision, il y a aussi de gros lecteurs.

5.3. L'Espagne

En Espagne on trouve souvent des études détaillées sur les habitudes nationales de la lecture. Deux études réalisées en 2002 par Precisa Research et en 2001-2002 par le CIDE donnent deux images de lecteurs habituels.

5.3.1. Pour Precisa Research

L'enquête menée par Precisa Research par téléphone, sur 4.000 personnes âgées de 14 ans minimum, intitulée *Hábitos de lectura y compra de libros Año 2002*, pour le Ministère de la Culture, de l'Éducation et du Sport, donne des informations très utiles pour comprendre, situer et quantifier le groupe des lecteurs habituels selon les habitudes espagnoles.

Sont définis lecteurs fréquents (35,3%) ceux qui lisent entre 1 fois par semaine et tous les jours (tableau 9).

5.3.1.1. Livres possédés

Les personnes ont été interrogées sur le nombre de livres possédés, le facteur choisi pour déterminer la catégorie des lecteurs les plus assidus a été plus de 100 livres (31,5%), et plus de 20 livres pour les lecteurs moyens (43,2%). 25,9% possèdent entre 101 et 500 livres, 5,6% plus de 500 livres (**tableau 10**).

5.3.1.2. Livres achetés

La moyenne de livres achetés en un an est de 9 livres, une donnée importante si on la compare au fait qu'en Italie les acheteurs de 10 ou plus livres par an sont déjà considérés de gros lecteurs.

5,3% a acheté entre 11 et 15 livres, 2,3% entre 16 et 20, 2,1% entre 21 et 30, 1,1% entre 31 et 50, 1,0% plus de 50 livres, pour un total de 11,8% d'acheteurs de plus de 11 livres par an, une valeur proche de celles qui ont été relevées par l'ISTAT pour les gros lecteurs italiens (**tableau 11**).

5.3.1.3. Livres empruntés

La partie de la recherche concernant la lecture en bibliothèque a analysé la quantité de livres empruntés en un mois de la part du groupe de personnes qui se sont déclarées usagers de bibliothèques (environ 26,2% de tout l'échantillon considéré).

La moyenne s'élève à environ 2,5 livres, 34,4% a demandé 1 livre, 30,2% 2 livres, 14,5% 3 livres, 7,5% 4 livres, 4,8% 5 livres, 8,6% plus de 5 livres (**tableau 12**).

5.3.2. Pour le CIDE

La recherche du CIDE (Centre d'investigation et de documentation éducative), commissionnée par le Ministère de la Culture, intitulée *Los hábitos lectores de los adolescentes españolas*, a analysé les habitudes de lecture d'un échantillon de jeunes âgés de 15 à 16 ans.

L'échantillon est constitué de 3.600 personnes. Cette recherche diffère de la précédente car elle est fondée sur un modèle d'analyse principalement qualitatif.

5.3.2.1. *Les lecteurs fréquents*

36% des adolescents ont déclaré de lire des livres pendant leurs heures de loisirs, au moins une fois par semaine, et cette donnée est considérée suffisante par le CIDE pour définir ces personnes des lecteurs fréquents (**tableau 13**).

Cette donnée a été comparée à celle qui a été fournie par une autre recherche conduite en 2001 par Precisa Research pour le Ministère de la Culture, *Barómetro sobre hábitos de compra y lectura de libros*, **qui comprend dans la catégorie des adultes (âgés de 14 ans et plus) 45% de non-lecteurs.**

Il a donc été relevé que les jeunes lisent plus que les adultes (25,83% seulement des adolescents ne lisent pas, **tableau 14**).

5.3.2.2. *Augmentation de l'âge et de la lecture*

La majorité des jeunes gens et jeunes filles (44%) interrogés affirment avoir augmenté au cours des 2 dernières années leur fréquence de lecture (**tableau 15**), alors que pour l'autre recherche 23% seulement des adultes lisent plus qu'auparavant.

5.3.2.3. *Non seulement des livres*

Cette étude a essayé de repérer les lecteurs fréquents à travers des questions qui exploreraient non seulement la lecture des livres, mais aussi la lecture de revues, de journaux et de bande dessinée.

16% de l'échantillon est défini lecteur fréquent de bande dessinée, 59,90% de magazines et de revues (tableau 16**).**

5.3.2.4. *Le plaisir de lire*

>>>>>> Une question concernait le goût pour la lecture, un facteur quantifié par les analystes du CIDE et assez insolite – car trop abstrait et peu quantifiable – par rapport aux critères utilisés par les autres instituts de recherche sur la lecture.

15% ont déclaré qu'ils apprécient beaucoup la lecture (**tableau 17**).

5.3.2.5. *Les motivations*

Un autre critère employé pour identifier le phénomène de la lecture fréquente parmi les adolescents concerne les motivations qui ont conduit ou pas les jeunes à la lecture pendant leurs heures de loisirs.

Les indicateurs choisis pour définir les motivations sont : par goût personnel, pour apprendre, pour des travaux en classe, pour ne pas s'ennuyer, par obligation (**tableau 18**).

Dans le classement des 10 activités préférées pour les loisirs la lecture occupe l'avant-dernière place (**tableau 19**).

5.3.2.6. *Le milieu familial*

Comme nous l'avons dit pour le cas français (§ 5.2.2.2.) cette recherche aussi met en rapport les habitudes de lecture des jeunes avec le niveau socio-économique et culturel de leurs parents (**tableaux 20, 21**).

5.3.2.7. *Lecture et résultats scolaires*

Un autre facteur de corrélation prévu par cette recherche concerne la correspondance fréquente entre lecteur fréquent et bon élève.

Le point de départ de la courbe des étudiants qui ont des résultats entre bon et excellent coïncide avec celui de la courbe des jeunes qui lisent entre 1 fois par mois et tous les jours (**tableau 22**).

5.4. *Le Portugal*

Les résultats d'Omnibus de la société Quantum, commissionnés par APEL (Association des Éditeurs et des Libraires Portugais) publiés en mars 2003 sous le titre *Estudo de hábitos de leitura e compras de livros*, sur un échantillon de 2.000 personnes âgées de 15 à 65 ans, présentent une **image de gros lecteur qui correspond à l'acheteur de plus de 11 livres par an (17% de ceux qui se déclarent acheteurs, soit 942 personnes)** (**tableau 25**).

5.4.1. *Lecture et territoire*

Toutes les données tirées des réponses obtenues par cette recherche ont été analysées en rapport au lieu d'origine et au niveau socio-économique des personnes interrogées, un critère qui a permis de comprendre les différences culturelles et de la disponibilité de l'offre de la lecture dans les régions plus ou moins industrialisées du pays.

Les lecteurs habituels sont plus nombreux dans les banlieues de Porto et de Coimbra et dans les zones rurales à l'est de Lisbonne, il s'agit surtout de femmes ayant un niveau économique moyen ou élevé et une instruction de niveau supérieur.

5.4.2. *Les bibliothèques des lecteurs*

Comme pour la recherche espagnole de Precisa Research (§ 5.3.1.1.), une question concernait le **nombre de livres possédés, qui donne une moyenne de 156 livres**.

Par rapport à cette moyenne la plupart de ceux qui possèdent plus de 150 livres vivent autour des zones rurales à l'est de Lisbonne et dans la ville de Lisbonne.

Une bonne partie de ce groupe appartient à un niveau culturel et économique moyen ou élevé, et sont âgés entre 40 et 59 ans. **1% seulement de l'échantillon total possède plus de 1.000 livres** (**tableau 26**).

5.4.3. Comparaison sur 20 années

Cette recherche propose aussi, dans deux tableaux, une comparaison entre les pourcentages obtenus chaque année sur le nombre de livres achetés et de livres lus en une année par des échantillons toujours égaux (2.000 personnes) entre 1983 et 2003.

Cela signifie qu'en 20 ans des recherches ont été conduites chaque année suivant les mêmes critères dans la mise au point des questions, afin de produire des données facilement comparables permettant de quantifier les oscillations statistiques du nombre de gros lecteurs d'une année à l'autre.

A travers l'organisation donnée à ces recherches périodiques on remonte facilement aux variations du pourcentage moyen des acheteurs de 11 à 20 livres par an, de celui des acheteurs de 21 à 50 livres par an et de celui des acheteurs de plus de 50 livres par an, ainsi qu'à la moyenne des lecteurs de 11 à 20 livres par an et à celle des lecteurs de plus de 20 livres par an.

5.4.4. Lecteurs et acheteurs

Les données recueillies sur le nombre de livres lus en un an ont été rapprochées des pourcentages du nombre de livres achetés en un an.

5,3% de l'échantillon achète entre **11 et 20** livres par an, 2,5% entre 21 et 50 livres, 0,4% plus de 50 livres.

5,6% de l'échantillon achètent entre 11 et 20 livres par an, et 3,0% achètent plus de 20 livres.

Cela veut dire que cette recherche a séparé l'image du lecteur de l'image de l'acheteur et, surtout, la lecture de l'achat, deux activités bien différentes qui concernent le livre et sa jouissance (tableaux 27, 28).

5.5. La Grande-Bretagne

De nombreuses recherches et sondages anglais calculent le pourcentage de lecture et les taux de lecture fréquente en fonction du nombre de minutes réservées tous les jours aux livres.

Le quotidien « The Telegraph » reportait le 1 mars 2001 les résultats de la « World Book Day » sur les habitudes de lecture en Grande-Bretagne, réparties par zones géographiques, suivant le nombre moyen d'heures consacrées chaque semaine à la lecture (tableau 29).

5.5.1. Suivant Book Market Limited

Les recherches commissionnées par l'Orange Prize 2002 à la Book Market Limited, publiées dans le document *The reading habits of individual and couples, Report on a Panel Study*, mai 2002 (http://www.audit-commission.gov.uk/publications/lfair_libraries.shtml), **il apparaît que les femmes sont parmi les lecteurs de romans les plus assidus**, et il a été calculé **qu'en moyenne elles consacrent 25 minutes par jour les jours ouvrés et 70 minutes par jour pendant les vacances.**

L'enquête a été centrée sur la quantité de temps consacrée par les britanniques à la lecture à l'intérieur d'un échantillon analysé sur la base des habitudes des singles et des couples.

5.5.1.1. *Minutes et heures*

Chaque personne interrogée a été priée de tenir un journal entre février et avril, et de noter le nombre de minutes consacrées chaque jour à la lecture.

La moyenne qui en résulte est de 6 heures par semaine, dont 77 minutes par jour pour les livres de science-fiction, 17 minutes par jour pour les manuels de vie pratique et 41 minutes pour les livres de « non-fiction ». Les lecteurs représentent 60% de l'échantillon examiné.

5.5.1.2. *Heaviest readers*

Les lecteurs habituels sont appelés *heaviest readers* et ce sont surtout des personnes âgées de 50 ans et plus qui lisent entre 8,5 et 9,5 heures par semaine. 60% des adultes ont lu 7 livres au cours des 3 derniers mois, soit environ **30 livres par an** (**tableaux 30, 31**).

Aucune corrélation n'ayant été établie entre ces deux données, il est impossible de calculer le pourcentage de forts lecteurs.

Cette enquête a posé l'attention sur les choix et sur les habitudes des lecteurs en fonction du fait qu'ils étaient plus ou moins influencés par leur conjoint, les critères pour quantifier le temps occupé par la lecture ont été fixés en minutes et il n'a pas été prévu d'indiquer le nombre de livres lus, mais seulement le nombre de livres commencés.

5.5.2. *Pour la National Literacy Trust*

En Grande-Bretagne l'organisation privée, la National Literacy Trust, www.literacytrust.org.uk, a été fondée en 1993 pour faciliter le développement et l'augmentation de la lecture en Grande-Bretagne, un pays qui compte un grand nombre de personnes poches du niveau d'analphabétisme (en 1996 l'International Adult Literacy Survey estimait que 20 à 25% de la population active britannique avait une faible capacité de lecture).

La recherche effectuée en 2002 par Briony Train, *The Impact of National Literacy and Reader Development Initiatives in the United Kingdom* (www.rogaland.fylkesbibl.no/konferanse/forstaa/presentation.doc) révèle que **35% des anglais possèdent au moins 200 livres et 34% lisent au moins 12 livres par an.**

5.5.3. *Pour la National Reading Campaign*

La National Literacy Trust reportait dans le site les résultats de l'enquête conduite par la National Reading Campaign et par l'Office for National Statistics au mois de juillet 2002 sur les habitudes à la lecture en Grande-Bretagne.

Il est apparu que sur 50% de l'échantillon (1.700 adultes âgés de 16 ans et plus) qui affirmaient de lire au moins 5 livres par an, 10% lisent au moins **20 livres par an** (**tableau 32**).

Toutes ces statistiques et recherches anglaises semblent confirmer que le phénomène de la lecture est un secteur d'enquête pratiqué par différents instituts sur la base de paramètres hétérogènes qui ne permettent pas de comparer les données.

5.6. L'Allemagne

En Allemagne, suivant un sondage récent, le nombre de Forts Lecteurs (*der Vielleser*), c'est-à-dire les lecteurs âgés de 14 ans et plus qui lisent en un an plus de **20** livres, a augmenté de 5% à 9% entre 1995 et 1999.

Une donnée plutôt aléatoire est reportée : le nombre de personnes lisant tous les jours est passé de 13% à 20%. Cette catégorie ne peut être distinguée sur la base de critères quantitatifs définis, car aucun indicateur numérique du nombre de pages lues ou des heures/minutes passées tous les jours à lire n'est prévu (cfr. www.boersenverein.de).

Les résultats d'une autre recherche conduite à l'occasion de la « journée du livre 2001 » montrent que la lecture est présente parmi les 10 passe-temps favoris des allemands.

22% de la population appartient au groupe des gros lecteurs, une catégorie dans laquelle sont compris ceux qui lisent plus d'un livre par semaine.

Les lectures préférées sont les romans policiers, les livres d'horreur, les classiques et les auteurs de grands succès comme Stephen King et Patricia Highsmith.

(cfr. www.odenwald.de/bibliote/koeberb/welttag.htm)

6. Quelques comparaisons européennes

Ces rapprochements montrent l'évidence de la différence entre les différentes images nationales de lecteur habituel.

Des pays comme la France, la Grande-Bretagne et l'Allemagne, où la lecture est une pratique très répandue, utilisent des indicateurs quantitatifs supérieurs aux indicateurs italiens ou espagnols pour définir le groupe des gros lecteurs.

6.1. Pour Eurostat

Parmi les rares enquêtes comparatives menées sur les habitudes à la lecture et aux médias des européens, le résultat apparu en octobre 2002 des données Eurostat est significatif

(cfr. Michail Skaliotis, *Statistics in the Wake of Challenges Posed by Cultural Diversity in a Globalization Context. Keys Figures on Cultural Participation in the European Union*, EUROSTAT, Unit E3, Health, Education and Culture, Luxembourg, October 2002).

Cette étude a considéré gros lecteur celui qui lit plus de 8 livres par an (tableau 33), un facteur quantitatif réduit par rapport aux habitudes allemandes ou françaises mais qui est motivé par la nécessité de trouver un indice moyen de lecture habituelle en fonction des habitudes des différents pays européens considérés.

Cette méthodologie a conduit à un indice de lecture qui voit presque au même niveau le Portugal, l'Italie (deux pays pauvres en lecteurs) et l'Allemagne (une nation de grands lecteurs).

Ce résultat semble contredire d'autres enquêtes nationales conduites dans ces pays, et il est la conséquence de l'insuffisance du système de collecte des données choisi pour adapter les données suivant un système unique de mesure.

6.2. *Pour une recherche européenne efficace*

Une autre recherche, conduite en mai 2001 par le Centre National du livre en Grèce, relevait les habitudes à la lecture entre différentes nations européennes. Comme on peut le voir dans les graphiques reportés (**tableaux 34, 35**) il manque beaucoup de données, et par conséquent il est difficile d'utiliser cette recherche pour identifier efficacement les différences entre les lecteurs et les pays analysés.

La méthodologie adoptée par cet organisme, si elle était appliquée de manière homogène à chaque pays, pourrait être un instrument utile de vérification des différences culturelles et des habitudes à la lecture en Europe, et une étude comparative des indicateurs utilisés par chaque organisme et par chaque pays pour définir le gros lecteur (**tableau 34**), à travers l'union des images et des données fournies par chaque institut. (Olivier Donnat, Eduardo de Freitas, Guy Frank, *Manuel de bonne pratique sur l'élaboration d'enquêtes sur les comportements de lecture*, Centre National du Livre de Grèce, mai 2001, <http://www.readingeurope.org/observatory.nsf>)