

# Enregistrement du regard

## Etude sur le comportement des lecteurs de journaux

Norbert Küpper  
Office for Newspaper Design  
Gutenbergstr. 4  
D-40670 Meerbusch  
Germany  
E-Mail: nkuepper@newspaperdesign.de



Il est possible d'étudier le comportement des lecteurs de journaux. L'appareil utilisé à cet effet est à peine plus lourd qu'une paire de lunettes de ski. Au cours du test, le lecteur est entièrement libre de ses mouvements et peut amener le journal dans une position de lecture confortable. Cette méthode permet d'enregistrer les arrêts du regard et donc, de déterminer avec grande précision les parties du journal qui ont été lues et celles qui ne l'ont pas été.

### Définition du problème

En tant que maquettiste, je suis très fréquemment confronté à des problèmes auxquels je ne peux répondre que de manière incomplète. En effet, jusqu'à présent, personne n'est en mesure de dire exactement comment le lecteur exploite réellement son journal. Emprunte-t-il les voies que le maquettiste que je suis lui a tracées ou a-t-il une façon bien à lui de lire le journal, une méthode qui ne peut être déterminée à l'avance? C'est afin de fournir une réponse solide à cette question que j'ai lancé le projet.

### Questions à résoudre

Le projet Enregistrement du regard et l'analyse des résultats obtenus devaient permettre de répondre aux questions suivantes:

Existe-t-il des éléments de mise en page qui incitent le lecteur à lire une page de journal comme par exemple, les photos, les titres, les couleurs?

Les lecteurs procèdent-ils tous de la même manière lorsqu'ils regardent une page de journal ou ont-ils chacun leur propre méthode?

Les articles courts sont-ils plus lus que les longs?

Faut-il faire une distinction entre le comportement des lecteurs habituels et celui des lecteurs qui ne connaissent pas le journal?

Existe-t-il, sur une page, des éléments qui attirent particulièrement l'attention des lecteurs (arrêts du regard) comme par exemple, les photos, les titres, les brèves ou autres rubriques, et qui sont perçus par la majorité d'entre eux?

Les photos retiennent-elles davantage l'attention des lecteurs que les textes?

### L'équipe de travail

C'est moi qui suis à l'origine de l'idée, de la conception et de l'organisation du projet. La réalisation des tests fut confiée à l'Ecole Supérieure d'Economie de Pforzheim. Le journal ayant servi à la réalisation des tests est le «Badisches Tagblatt», quotidien de Baden-Baden dont j'avais entièrement redessiné la maquette en janvier 1989.

**La Une**

La Une est composée d'éléments fixes et d'éléments variables: la colonne de gauche contient chaque jour des brèves, dont certaines sont consacrées à des informations régionales. La manchette est flanquée, à gauche, d'un sommaire présentant les informations nationales et internationales et à droite, soit d'une annonce publicitaire, soit d'un sommaire renvoyant aux articles de la section locale.

Tous les autres éléments de la Une sont variables. Les photos utilisées sont souvent plus grandes que dans le numéro présenté ci-contre. Les tests ont été effectués à partir de numéros ordinaires et aucune page spéciale n'a été produite à cet effet, le but de cette étude ayant été de reproduire une situation de lecture aussi normale que possible.



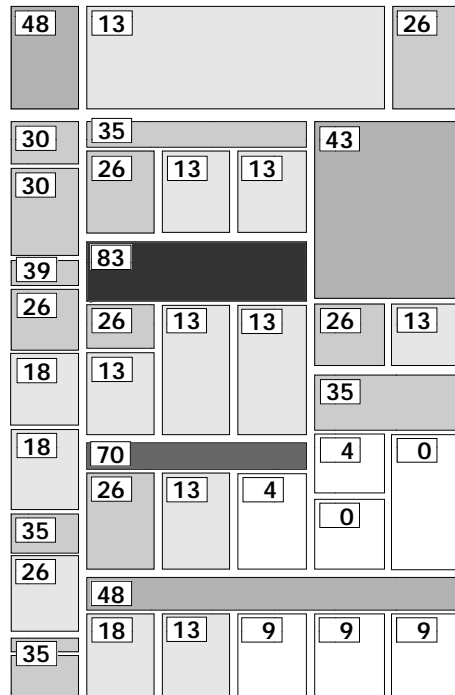
**Analyse des résultats**

Le schéma de la page présenté ci-contre permet d'établir les résultats suivants: 83 % des lecteurs ont lu le gros titre et 43% ont regardé la photo placée dans le coin supérieur droit de la page. Un nombre relativement important de lecteurs a lu la colonne de brèves située à gauche de la page.

Les deux grands articles placés dans la moitié supérieure de la page n'ont été lus en entier que par 13 % des lecteurs.

En ce qui concerne l'article situé à droite de la page, sous la photo, et intitulé «Frist für die Stromwirtschaft» (Un sursis pour l'industrie de l'électricité), 35 % des lecteurs ont lu son titre et 4 % son premier paragraphe, le reste du texte n'ayant pas été lu du tout.

Quant à l'article placé en bas de page et intitulé «Wahl-Ergebnis zwischen SED-Lob...» (Résultats d'élections divisés entre la satisfaction du SED...), 48 % des lecteurs ont lu son titre, 18 % son premier paragraphe, 13 % son deuxième paragraphe et 9 % le reste du texte.



**Remarques:**

La Une du journal, dont vous voyez la photo ci-dessus, est représentée à gauche sous forme de schéma. Les différentes intensités des surfaces tramées permettent de reconnaître quels éléments de la page (photos, titres, ou articles) ont été le plus lus.

Plus la surface tramée est foncée et plus l'élément de la page en question a été regardé ou lu.

Les chiffres indiquent le pourcentage de lecture des différents éléments, 100 % correspondant à un total de 23 lecteurs. Lorsqu'un chiffre dépasse 100, ceci signifie que certains lecteurs se sont arrêtés plusieurs fois sur un même élément de la page, ce phénomène se produisant assez fréquemment dans le cas des photos.

**Méthode utilisée au cours des tests**

Je savais depuis longtemps qu'il existait une méthode permettant d'enregistrer les mouvements des yeux. Lorsqu'on choisit, par exemple, un article dans un supermarché, le chemin à parcourir de l'entrée du magasin jusqu'au rayon sur lequel se trouve placé cet article ainsi que la taille de ce dernier, la forme de son emballage et son emplacement exact (en haut, au milieu ou en bas) sont déterminés, entre autres, à partir d'études sur le parcours du regard. Les annonces publicitaires constituent un autre important domaine d'application de cette méthode. En effet, tout annonceur désire savoir si les lecteurs d'un magazine perçoivent également les annonces qui y paraissent et si la présentation de ces dernières peut être éven-

tuellement améliorée. Pour analyser le comportement des lecteurs de journaux, on utilise un appareil qui enregistre les arrêts du regard de l'oeil droit et de l'oeil gauche. Cet appareil est à peine plus lourd qu'une paire de lunettes de ski et est équipé, dans sa partie supérieure, d'un objectif permettant d'enregistrer le champ visuel de la personne testée. Les arrêts du regard, c'est-à-dire les moments où la lecture s'effectue de manière consciente, sont enregistrés grâce à une méthode fondée sur les pouvoirs réfléchissants de la cornée: un faisceau de rayons infrarouge est envoyé en direction des yeux qui le réfléchissent. Ces reflets sont enregistrés et combinés à l'image du champ visuel prise par l'objectif. On peut, par la suite, analyser le film vidéo qui montre avec

grande précision tous les différents arrêts du regard. Ce ne sont donc pas les mouvements des yeux qui sont exploités en vue de l'analyse des tests car pendant ces mouvements (ou «saccades»), la lecture ne s'effectue pas de manière consciente. Une lecture consciente ne peut avoir lieu qu'au cours des arrêts du regard. Les tests ont été effectués à l'aide de l'appareil Eye-Mark-Recorder V de NAC. Cet appareil présente un gros avantage: la personne testée est entièrement libre de ses mouvements et n'est pas obligée d'adopter une position de lecture donnée, pouvant donc tenir son journal comme elle le désire.

**Pages 2 et 3**

La page 2 est consacrée à des reportages et ne contient chaque jour que deux à trois articles ainsi que deux commentaires, toujours situés à l'intérieur d'un encadré, à gauche de la page.

La page 3 dépend du service Politique, la colonne de droite étant en général composée de brèves.

L'analyse des résultats a permis de démontrer que tous les lecteurs considèrent ces deux pages comme une unité. Les photos et les titres figurant sur ces pages ont par exemple bénéficié de la même attention et le regard des lecteurs a fréquemment sauté d'une page à l'autre. Cette constatation n'est certainement pas applicable aux journaux de format plus important car il est, par exemple, pratiquement impossible de couvrir d'un seul coup d'oeil deux pages en format anglosaxon.



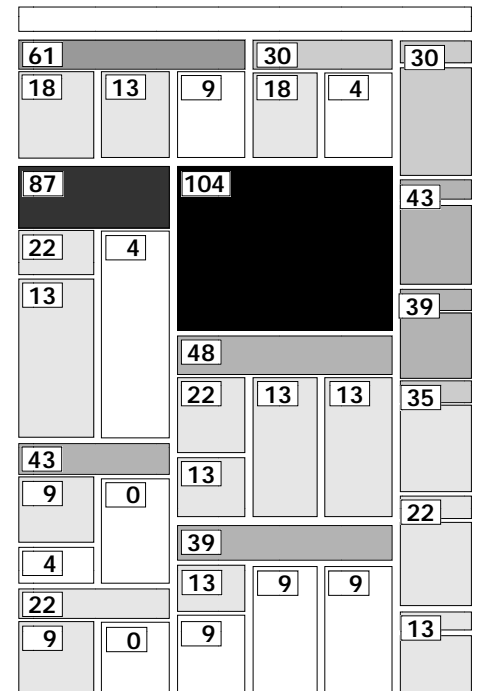
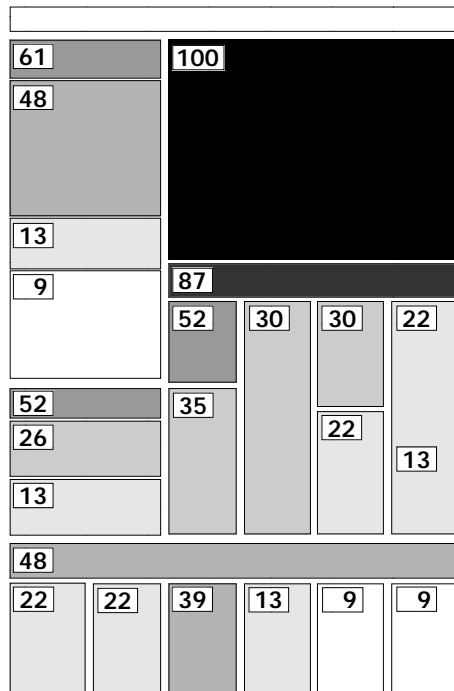
**Analyse des résultats**

Tous les lecteurs ont regardé les deux grandes photos, la photo de droite ayant même été observée plusieurs fois par certaines personnes, ce qui explique le résultat de 104 %.

L'article situé en haut de la page 2 et intitulé «Warum Eltern zu Tätern werden» (Pourquoi certains parents deviennent des meurtriers) a été lu par un pourcentage particulièrement élevé de lecteurs. La grande photo, le découpage du texte par des intertitres ainsi que la nature du sujet abordé ont certainement contribué à l'obtention de ce résultat exceptionnel, 30 % des lecteurs ayant lu plus de la moitié de l'article.

Le commentaire placé dans le coin supérieur gauche de la page 2 a également été lu à moitié par la plupart des lecteurs et la partie inférieure gauche de cette même page a obtenu, elle aussi, de bons résultats.

Enfin, la colonne de brèves située sur la page 3 a été lue par un nombre relativement élevé de personnes.



**Des résultats réalistes**

Les résultats de la plupart des études sur le comportement des lecteurs de journaux ne sont pas réellement pris au sérieux, les tests étant réalisés dans des laboratoires scientifiques et les lecteurs ne se trouvant donc pas dans une situation de lecture normale. Les «lunettes» d'enregistrement du regard, qui ne constituent aucune gêne pour le lecteur ainsi que l'ambiance décontractée des tests réalisés dans les locaux-mêmes du journal ont permis de recréer une situation de lecture normale. D'autre part, cette méthode permet de libérer le lecteur de toute influence extérieure quant aux mouvements de ses yeux et à sa perception de l'information. Ces phénomènes se produisent de manière auto-

matique. La liaison existant entre le cerveau et l'oeil est très directe et la vision que nous avons du monde, très complète bien que seuls 2 cm de notre champ visuel soient vraiment nets. C'est le cerveau qui complète notre champ visuel en attirant constamment notre attention sur des éléments importants et intéressants. Au cours de cette étude, il s'agissait donc de déterminer quels sont les éléments du journal capables d'éveiller l'intérêt du lecteur.

**Déroulement des tests**

Afin de déterminer s'il existait des différences de comportement entre les lecteurs habituels du journal et ceux qui ne l'avaient encore jamais lu, on a sélectionné 30 étudiants (15 de sexe masculin et 15 de sexe

féminin) qui ont été testés dans les locaux de l'Ecole Supérieure d'Economie de Pforzheim. L'âge moyen de ces étudiants était de 26 ans.

Pour comparaison, on a invité 30 lecteurs habituels ou abonnés du journal à venir passer les tests dans les locaux du «Badisches Tagblatt» à Baden-Baden. Ce groupe de personnes a été sélectionné de manière à être représentatif du lectorat du journal. L'âge des lecteurs allait de 18 à 73 ans, la moyenne étant de 40 ans.

Là aussi, le groupe était composé de 15 femmes et de 15 hommes. La profession de ces personnes a naturellement joué un rôle dans les critères de sélection: employés de bureau, professions libérales, ouvriers spécialisés, fonctionnaires, femmes au foyer et employés de la gastronomie, toutes ces

**Pages 4 et 5**

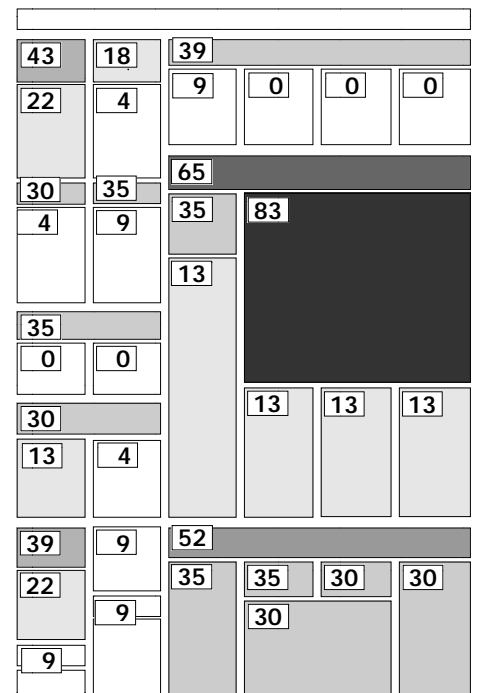
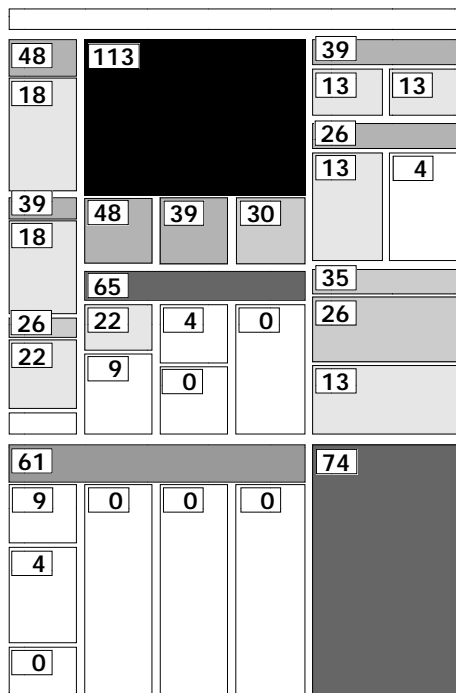
La page 4 est consacrée aux informations du Land de Bade-Wurtemberg et la page 5 à celles de la région du Bade.

Ces pages ne comportent aucune rubrique fixe mais il est d'usage d'y faire paraître les petits articles sous forme d'encadrés. On peut voir deux de ces encadrés sur la photo de la page 5 présentée ci-contre.



**Analyse des résultats**

Les photos attirent l'attention d'un nombre particulièrement élevé de lecteurs. La photo située en haut de la page 4 a été regardée par 113 % des personnes testées et le texte de sa légende a été lu par 48 % d'entre elles, pour la première moitié et par 30 %, pour la seconde. Page 4: l'article situé en bas de page et intitulé «Steinstele bereitete Archäologen Sternstunde» (Steinstele offrit une heure de chance aux archéologues) n'a pratiquement pas été lu. Par contre, 61 % des personnes testées ont lu son titre et 74 % ont regardé la photo placée à droite de cet article. Raisons éventuelles: l'article est trop long, le texte ne comporte aucun intertitre et son emplacement n'est pas avantageux.



professions étaient représentées au sein du groupe. Enfin, des lycéens et des retraités participèrent également aux tests. En effet, le groupe devait être aussi représentatif que possible du lectorat du journal, les responsables du quotidien désirant tirer leurs propres conclusions de cette étude. Les tests furent respectivement effectués à partir du numéro actuel du journal. Aucun numéro spécial n'a été tiré à cette occasion et ceci, de manière à préserver la caractéristique essentielle du quotidien, à savoir son actualité. Les personnes testées devaient être placées en position de lecture normale et c'est pourquoi nous avons choisi d'utiliser des numéros ordinaires. 23 personnes faisant partie du groupe des lecteurs habituels ont pu être testées en une journée et ce sont les résultats obtenus au cours de ces tests qui

ont servi aux analyses présentées ci-dessous. Nous disposons encore de nombreux autres numéros ayant servi à tester de plus petits groupes de personnes, dont les résultats ne peuvent toutefois être présentés dans le cadre de cet article. Une fois les tests terminés, on a fait passer une interview aux lecteurs afin de déterminer s'ils se souvenaient de certaines photos ou de certains articles du journal. Cette interview fut utilisée afin de vérifier les résultats obtenus. Enfin, on demanda aussi aux lecteurs de critiquer la présentation du journal et de proposer d'éventuelles améliorations.

**Existe-t-il des éléments de mise en page qui incitent le lecteur à lire une page de journal?**

Les premiers éléments de la page perçus par

le lecteur sont la plupart du temps une grande photo ou un titre. Chaque page devrait par conséquent comporter un élément de ce type capable d'accrocher le regard du lecteur. Ceci peut être une photo ou un titre dont le corps sera d'au moins 36 points. Cet élément sera situé de préférence dans le haut de la page sans être forcément placé directement sous la manchette.

**Les photos attirent-elles davantage l'attention des lecteurs que les textes?**

Il est indéniable que les photos attirent beaucoup plus l'attention des lecteurs que les textes. La succession abstraite de lettres que constitue un texte écrit, demande un effort intellectuel avant de pouvoir être déchiffrée. Les photos sont perçues, comprises et

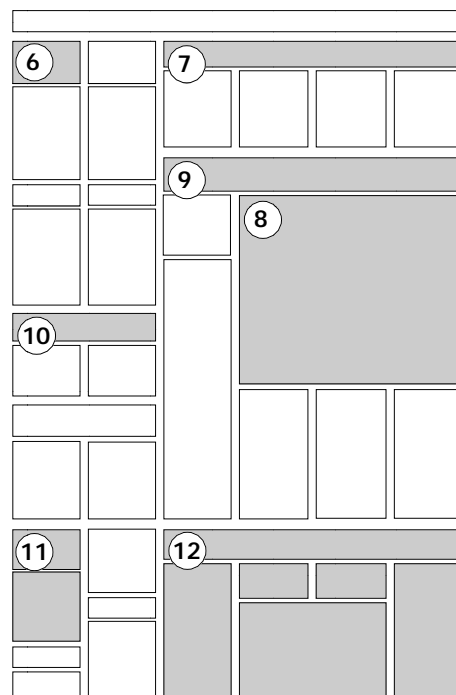
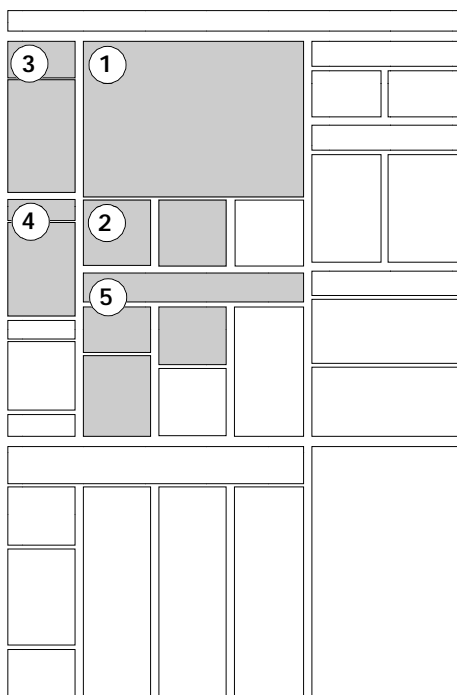
**Etude sur l'ordre de lecture à partir de tests effectués sur une seule personne**

Le journal a été lu d'avant en arrière. Le schéma ci-contre indique l'ordre dans lequel s'effectue le processus de lecture, à partir de tests réalisés sur un lecteur. Il s'agit là encore des pages 4 et 5.

Le lecteur commence par la photo située en haut de la page 4 (marquée d'un 1). Il lit les deux premières colonnes de la légende et passe ensuite aux brèves situées dans le coin supérieur gauche de la page. Puis, il lit environ la moitié de l'article intitulé «Schon gespenstische Züge» (Des traits presque fantomatiques) et marqué d'un 5 sur le schéma.

Ensuite, le lecteur passe à la page 5 où il lit tout d'abord le titre d'une brève, puis le gros titre situé en haut de la page et regarde ensuite la grande photo.

Pour finir, il lit entièrement l'article situé en bas de page.

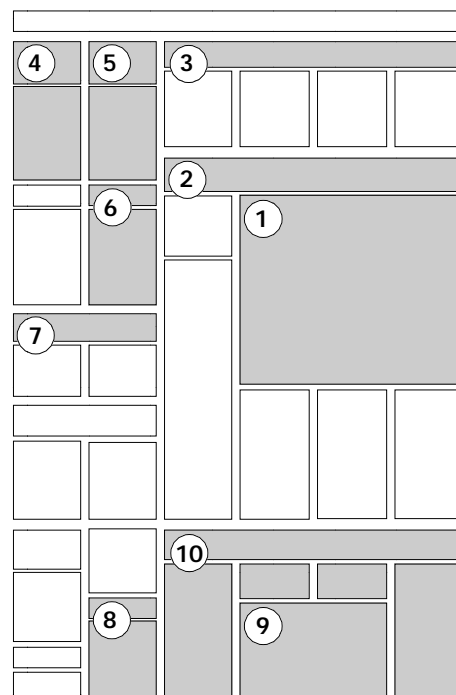
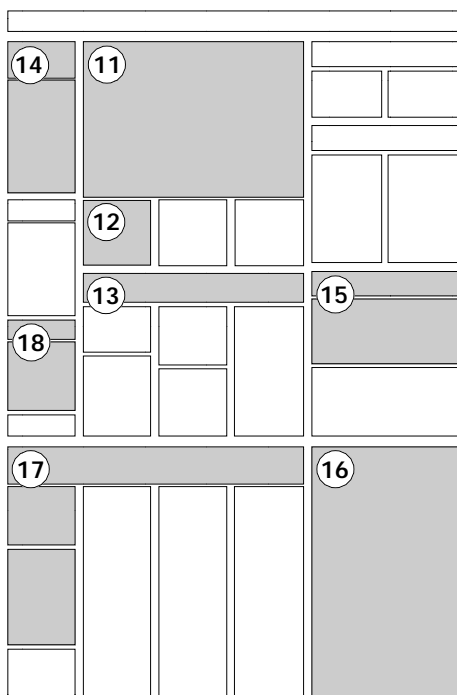


**Etude sur l'ordre de lecture à partir de tests effectués sur une seule personne**

Le journal a été lu d'arrière en avant. C'est la photo située sur la page de droite qui attire en premier l'attention du lecteur. Ensuite, le lecteur passe à des titres et à des brèves placées dans le coin supérieur gauche de la page, puis saute à l'article situé en bas de cette même page.

Il passe ensuite à la page 4, sur laquelle il commence également par regarder la photo.

Les lecteurs qui ont lu le journal d'avant en arrière, ont en général commencé leur lecture par les pages de gauche alors que les lecteurs qui ont lu le journal d'arrière en avant, ont commencé leur lecture par les pages de droite.



retenues beaucoup plus rapidement par le lecteur. Mis à part quelques exceptions, les photos ont été regardées par plus de 80 % des lecteurs ayant participé aux tests.

**Existe-t-il des éléments de mise en page tels que rubriques, titres, photos, etc. qui attirent l'attention d'un nombre particulièrement élevé de lecteurs?**

Mis à part les photos, ce sont les titres qui sont les plus lus sur une page.

Les articles courts rassemblés dans une même colonne ou sous forme de rubrique sont beaucoup plus lus que les autres articles.

Les articles illustrés d'une photo sont également plus lus que les articles sans photo.

**Les articles situés en bas de page sont-ils moins lus que les autres?**

Lorsque le lecteur choisit de lire un article, son choix est guidé par un certain nombre de facteurs indissociables. Un emplacement défavorable n'est donc pas le seul critère qui puisse éventuellement empêcher ce choix. Un article doit réunir plusieurs erreurs de mise en page pour ne pas être lu.

**Exemple:** article situé en bas de la page 4 et intitulé «Steinstele bereitet den Archäologen Sternstunde»:

- emplacement en bas de page,
- article trop long,
- absence d'intertitres,
- sujet éventuellement pas très attrayant,
- mauvais emplacement de la photo.

Résultat: cet article n'a pratiquement pas été lu.

**Exemple:** article situé en bas de la page 5 et intitulé «Das Grauen vor der Haustür dokumentiert» (L'horreur au quotidien):

- emplacement en bas de page,
- article relativement court,
- photo bien intégrée au texte,
- titre incitant à la lecture.

Résultat: cet article a été lu en entier par 30 % des personnes testées, ce pourcentage dépassant celui de l'article situé en tête de la Une!

**Exemple:** article situé en haut de la page 5 et intitulé «Weit mehr Krebstote als im Landesdurchschnitt» (Nombre de cancers mortels dépasse la moyenne régionale):

- emplacement en haut d'une page droite,

**Première page de la section locale**

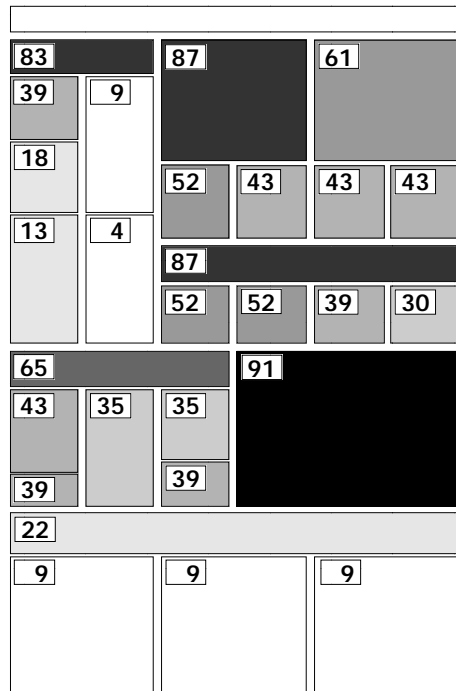
Ce sont les deux photos placées dans le coin supérieur droit qui dominent sur cette page. On y trouve également une troisième photo située dans la moitié inférieure de la page et se rapportant à l'article «Bauarbeiten an der Oosüberdeckung», la mise en page n'étant pas tout à fait correcte.



**Analyse des résultats**

La section locale est beaucoup plus lue que la partie du journal consacrée aux informations nationales et internationales. La majorité des articles situés en première page de la section locale ont été lus en entier par 30 % des personnes testées. 27 % des lecteurs abonnés débutèrent leur lecture par cette page et même l'article placé dans le coin inférieur gauche de la page a été lu par un nombre important de lecteurs.

La section locale étant beaucoup lue, il est compréhensible que les clients choisissent de faire passer leurs annonces publicitaires de préférence dans cette section du journal. L'annonce publicitaire placée en bas de page a été lue par 22 % des personnes testées, 9 % d'entre elles l'ayant lue en entier.



- article relativement court,
- absence de photo,
- sujet peu attrayant.

L'article situé en haut d'une page droite a été aussi peu lu que l'article placé en bas d'une page gauche.

Apparemment, le lecteur se fait une vue d'ensemble de l'article en regardant les photos et en lisant les titres, puis choisit de manière entièrement autonome de lire ou de ne pas lire l'article en question.

**Les pages de droite sont-elles plus lues que les pages de gauche?**

Le journal présentant un format de taille relativement modeste, les lecteurs ont considéré les pages comme des doubles pages. Au cours de la lecture, leur regard

a par conséquent sauté d'une page à l'autre. Toutefois, les lecteurs qui ont lu le journal d'avant en arrière, ont en général commencé leur lecture par les pages de gauche et ceux qui l'ont lu d'arrière en avant, ont en général commencé par les pages de droite. Les schémas de page présentés ci-dessous en montrent quelques exemples.

Les pages de droite choisies de préférence par les annonceurs ne sont donc pas plus lues que les pages de gauche. Dans les publications scientifiques, il n'existe également aucune preuve que les pages de droite soient davan-tage lues que les pages de gauche.

**Dans quel ordre la lecture s'effectue-t-elle?**

On savait que certaines personnes lisent leur journal d'arrière en avant et que d'autres débutent leur lecture par la section locale. Sur ce point, on a toutefois constaté une différence de comportement entre le groupe des étudiants et le groupe des abonnés, comme le démontrent les chiffres suivants:

Etudiants	
d'avant en arrière	73 %
débutèrent par la section locale	07 %
d'arrière en avant	20 %
Abonnés	
d'avant en arrière	53 %
débutèrent par la section locale	27 %
d'arrière en avant	20 %

**Pages 2 et 3 de la section locale**

La page 2 est consacrée à la section «magazine» locale et la page 3, aux informations locales.

La page 2 présentée ci-contre est caractérisée par la présence de cinq articles de taille pratiquement identique disposés en bloc.

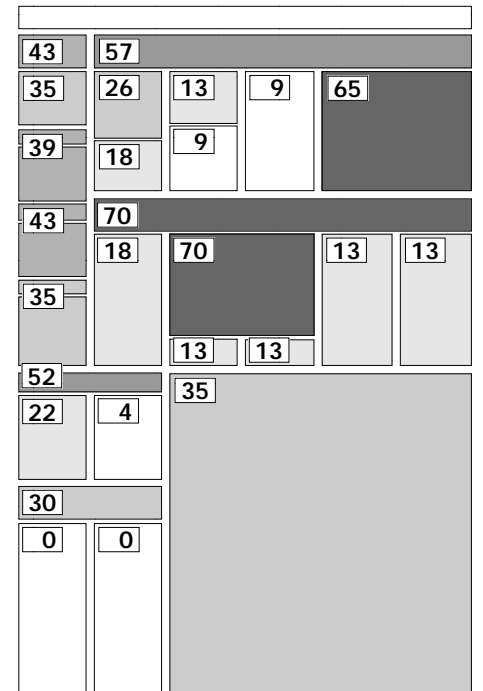
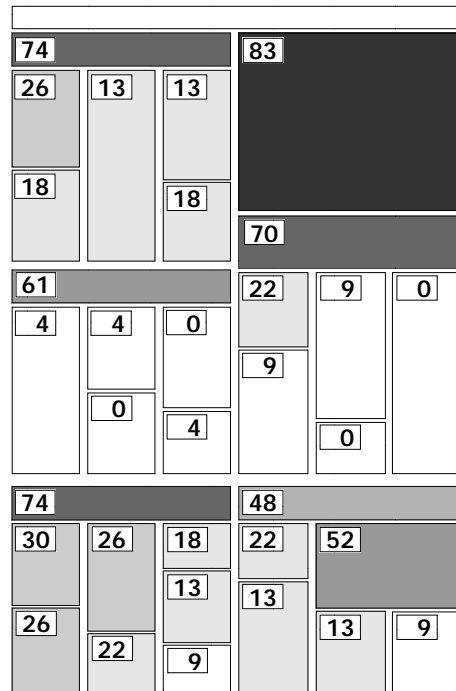


**Analyse des résultats**

Le lecteur s'oriente tout d'abord aux photos et aux titres.

La page 3 se distingue, quant à elle, par une colonne de brèves placée, cette fois-ci, dans le coin supérieur gauche de la page.

L'annonce publicitaire placée en bas de page 3 a été lue par 35 % des personnes testées.



Plus d'un quart des abonnés ont débuté leur lecture par la section locale et un cinquième ont lu le journal d'arrière en avant, cet ordre de lecture ayant été en général maintenu pendant toute la durée du test. Les étudiants ont été, quant à eux, 73 % à lire le journal d'avant en arrière. Ces résultats correspondent à ceux des études effectuées auprès des lecteurs d'autres journaux.

**La section locale est-elle plus lue que la section d'informations générales?**

Un quart des abonnés ayant débuté la lecture du journal par la section locale, ce résultat laisse d'ores et déjà présager que cette section est davantage lue que les autres. L'analyse des résultats obtenus pour la première page de la section locale démontre

également que cette dernière a été plus exploitée par les lecteurs que la Une du journal. En effet, les lecteurs ne se contentent pas de lire les titres de cette page mais lisent également le contenu des articles.

**Les articles sont-ils lus en entier ou la plupart d'entre eux ne sont-ils lus que partiellement?**

Rappelons qu'il est tout à fait normal pour un lecteur d'interrompre sa lecture en plein milieu d'un article. C'est pourquoi les journalistes savent tous que les informations les plus importantes doivent être placées au début de l'article. La question de savoir si un lecteur lira un article en entier ou non, dépend de divers facteurs.

**Facteurs positifs:**

- éléments accrochant le regard (photo ou titre),
- brièveté de l'article,
- présence d'intertitres,
- photos ou graphiques intégrés au texte,
- sujet intéressant,
- titre engageant.

**Facteurs négatifs:**

- absence d'éléments attirant le regard (aucune photo, titre trop petit),
- article trop long,
- absence d'intertitres,
- aucun découpage du texte grâce à des photos ou des graphiques,
- sujet peu attrayant,
- titre mal formulé ou trop imprécis.

**Règles de bonne présentation:****Généralités**

La lecture d'un journal représente un effort. La maquette doit avoir pour but de faciliter la tâche du lecteur.

Il n'est pas conseillé de trop charger les pages afin d'éviter que ces dernières perdent de leur clareté.

Il est important d'offrir chaque jour au lecteur un produit clair et bien ordonné.

Sur une page, le lecteur s'oriente tout d'abord aux photos et aux titres. Il faut donc veiller à bien placer et à bien ordonner ces éléments.

Chaque page doit présenter un élément qui se détache par rapport aux autres. Il peut s'agir d'une photo ou d'un titre.

Cet élément se détachant clairement à l'intérieur de la page aura pour rôle d'accrocher le regard du lecteur.

**Les illustrations**

Les pages sans illustrations sont à éviter à tout prix car elles n'offrent aucune incitation à la lecture.

Les illustrations ne doivent jamais être utilisées comme bouchetrous car elles constituent des éléments de mise en page très importants qui sont en général les premiers à attirer le regard du lecteur.

Les illustrations d'ornement qui ne se rapportent à aucun article, doivent être entourées d'un cadre afin d'éviter toute confusion.

Les illustrations se rapportant à un article doivent être intégrées au texte.

On évitera de rassembler les illustrations dans un seul coin de la page et l'on veillera à les répartir sur toute la page.

Les illustrations peuvent être placées en milieu de page dans la mesure où ceci n'entraîne aucun problème d'impression.

**Articles courts**

Les articles courts et les brèves sont lus par une proportion très importante de lecteurs. Il est bon de les réunir à l'intérieur d'une même colonne ou dans un encadré.

Les articles courts ne doivent jamais être placés à la suite d'un article relativement long car ceci risquerait d'entraîner des confusions.

**Titres**

Les titres doivent être clairs et informatifs. Ils doivent éclairer le lecteur sur le sujet abordé dans l'article.

Il est préférable de choisir un titre relativement long plutôt qu'un titre court n'ayant aucune valeur informative.

Il n'est pas conseillé de trop charger la titraille. On utilisera de préférence un surtitre ou un sous-titre mais pas les deux à la fois.

**Articles**

Le chapeau ne doit pas être trop long. Il doit reprendre et développer le sujet déjà abordé dans le titre sans forcément constituer un résumé de l'article.

Plus un article est long et plus il est improbable qu'il soit lu en entier.

Il est tout à fait normal qu'un lecteur interrompe sa lecture en plein milieu d'un article.

Les plus importantes informations doivent être placées en début d'article. La probabilité qu'un article soit lu en entier diminue proportionnellement à sa longueur.

**Articles longs**

Les articles longs doivent être découpés à l'aide d'intertitres.

Les articles longs doivent être illustrés d'une grande photo capable d'éveiller l'intérêt du lecteur.

Un article long a plus de chance d'être lu s'il rassemble les éléments suivants:

- photo accrochant le regard du lecteur,
- titre engageant,
- présence d'intertitres structurant le texte,
- sujet intéressant.

Un article long n'a que peu de chance d'être lu s'il rassemble les éléments suivants:

- absence de photo,
- titre trop imprécis,
- absence d'intertitres à l'intérieur du texte,
- sujet peu attrayant.

Les articles longs peuvent être divisés en plusieurs petits articles munis chacun d'un titre.

**Emplacement**

L'emplacement d'un article à l'intérieur de la page n'est pas un élément décisif, le lecteur sélectionnant lui-même les sujets qui l'intéressent.

Les lecteurs qui lisent le journal d'avant en arrière, commencent en général leur lecture par les pages de gauche.

Les lecteurs qui lisent le journal d'arrière en avant, commencent en général leur lecture par les pages de droite.

Même s'il est placé en haut d'une page, un article sans photo n'est pas toujours lu, malgré son bon emplacement.

Les articles accompagnés d'une photo et placés en bas de page peuvent atteindre des fréquences de lecture élevées.

**A quel moment le journal est-il lu?**

A la question «quand lisez-vous le journal?», les abonnés interrogés au cours de l'interview répondèrent de la manière suivante:

le matin	83 %
l'après-midi	10 %
le soir	7 %

**L'ordre de lecture était-il le même chez tous les lecteurs?**

Le lecteur part toujours du plus gros élément pour finir par le plus petit. En général, ce sont les photos qui ont été regardées en premier et ensuite, les titres. Les trois ou quatre premiers arrêts du regard étaient les mêmes chez tous les lecteurs. Après s'être fait une vue d'ensemble de la page, le lecteur décide

alors quels articles il désire lire. On veillera à ce que les titres apportent une information sur l'article auquel ils se rapportent. C'est pourquoi les titres extrêmement courts ne sont en général pas conseillés. Les principaux aspects d'un article ne doivent pas être groupés à l'intérieur du surtitre ou du sous-titre mais doivent si possible apparaître dans le titre lui-même. Afin de satisfaire à cette exigence, les titres pourraient donc plus souvent s'étendre sur deux lignes.

Le début de l'article doit être clairement structuré. Il n'est pas conseillé de trop charger la titraille: ne pas utiliser un surtitre et un sous-titre mais plutôt l'un des deux. De même, le chapeau ne doit pas être trop long et sera composé d'un texte court capable d'éveiller l'intérêt du lecteur. L'article en lui-même ne commencera qu'après le chapeau

et l'on veillera à concentrer les plus importantes informations à l'intérieur des premiers paragraphes, de nombreuses personnes abandonnant leur lecture avant la fin.

**Faut-il faire une distinction entre le comportement des lecteurs habituels et celui des lecteurs qui ne connaissent pas le journal?**

On suppose d'ordinaire que les jeunes lecteurs lisent le journal plus rapidement et moins en détail que les autres. Toutefois, au cours de nos tests, nous n'avons pu constater aucune différence de comportement entre les étudiants et les abonnés. De même, les tests n'ont permis de déceler aucune différence de comportement entre les jeunes lecteurs et les lecteurs plus âgés.