

Recherches sociographiques



Le Service de recherches et sondages de Radio-Canada

Yves de Jocas

Volume 1, Number 1, 1960

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/055006ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/055006ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (print)

1705-6225 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

de Jocas, Y. (1960). Le Service de recherches et sondages de Radio-Canada. *Recherches sociographiques*, 1(1), 104–106. <https://doi.org/10.7202/055006ar>

Le Centre exécute des travaux pour le bénéfice du diocèse de Québec ou de tout autre diocèse ou organisme requérant ses services. A date, compte tenu de quelques consultations auxquelles il s'est fait un plaisir de répondre, et de quelques enquêtes réalisées plus rapidement, il a consacré l'essentiel de ses énergies à deux recherches principales, de dimensions diocésaines. La première, portant sur le diocèse de Québec, a débuté en 1958 et s'échelonne sur quelques années. La seconde, couvrant le diocèse de Ste-Anne-de-la-Pocatière, a été entreprise également en 1958 et doit durer trois ans.

Le Centre recherche la collaboration de la Faculté des Sciences sociales et d'autres institutions universitaires, comme l'Ecole de Pédagogie, l'Institut de Géographie, l'Institut d'Histoire, etc..

En un mot, il ne veut rien négliger qui puisse améliorer la qualité de ses recherches, espérant servir, en définitive, la religion et l'Eglise.

Roland DOYON, prêtre

Centre de recherches en
sociologie religieuse,
Université Laval.

*

LE SERVICE DES RECHERCHES ET SONDAGES

DE RADIO-CANADA

Depuis sa création en 1954, le Service des recherches et sondages de Radio-Canada s'est défini comme un point de jonction entre, d'une part, l'administration et la production des émissions de radio et de télévision et, d'autre part, les auditoires. Ses fonctions, assurées par une équipe de statisticiens, économistes, sociologues et psychologues, comportent des responsabilités aussi complexes et spécialisées que celles d'établir le potentiel des auditeurs selon les zones de réception, d'évaluer les mérites des diverses méthodes utilisées par les compagnies pour l'obtention des cotes d'écoute (rating), de voir à l'interprétation de ces dernières et d'entreprendre des études spéciales sur les divers problèmes propres à ce champ de la communication. Ce dernier point englobe toute la gamme des recherches, à compter de données tout aussi simples que la composition des auditoires, pour s'étendre à des études plus poussées sur l'écoute de la radio et le visionnement de la télévision; sur la sélection, la perception, la motivation et la réaction, par exemple.

Pour répondre à cette dernière fonction, le Service des recherches et sondages fut dès le début aux prises avec une multitude de difficultés. Tout d'abord, le champ de la recherche sur les auditoires de la radio et de la télévision étant peu développé, chaque étude soulève des problèmes d'ordre pratique, théorique et méthodologique. Le plus souvent d'ailleurs, les conclusions de ces recherches doivent être transmises rapidement aux responsables de l'administration ou de la production pour les éclairer dans des décisions qui ne peuvent que difficilement être retardées. Malheureusement, les exigences scientifiques de la recherche n'ont pas toujours permis au personnel du Service de pouvoir livrer tous ses résultats d'enquête aussi rapidement qu'il l'aurait désiré.

C'est en vue de résoudre ce dilemme entre la recherche scientifique et les besoins de l'administration et de la production que la section montréalaise du Service des recherches et sondages entreprend, le 18 avril 1960, une vaste enquête sur les auditoires de la radio et de la télévision. Cette enquête, connue à l'intérieur du Service sous le nom d'Enquête-Recensement, peut se définir comme un inventaire de la population selon l'écoute ou le visionnement, compte tenu des caractéristiques individuelles, familiales et sociales de cette population.

Le terme de recensement, appliqué à ce travail, en souligne le caractère principalement descriptif. Cette recherche, en effet, ne prétend vérifier aucune hypothèse spécifique. L'entreprise consiste d'abord à établir, pour chacun des individus consultés, la liste des émissions qu'il a écoutées ou vues au cours d'une semaine déterminée. Cette information pourra ensuite être analysée en regard de données particulières sur cet individu : l'âge, le sexe, le niveau d'instruction, l'occupation, l'état civil, les caractéristiques du foyer, la participation aux associations civiques, religieuses ou autres, l'emploi des temps de loisirs ou encore la "consommation" d'autres média de communication comme la lecture et le cinéma.

Il est impossible, dans un si bref exposé, d'énumérer tous les avantages documentaires d'un tel inventaire. Mentionnons-en seulement quatre qui intéressent l'administration et la recherche. D'abord, il sera possible de publier une série de rapports statistiques décrivant les principales caractéristiques des auditoires. Une fois en possession de l'information première, il y aura aussi possibilité de répondre rapidement, en tout ou en partie, à la plupart des requêtes de l'administration et de la production. En outre, le champ sera ouvert au chercheur pour approfondir le phénomène des communications. De cette connaissance pourront ensuite naître des hypothèses abordant plus directement les niveaux socio-psychologiques de la communication. Ces dernières pourront assez aisément être vérifiées grâce au procédé d'échantillonnage utilisé.

Pour cette première expérience, l'enquête-recensement sera limitée aux régions métropolitaines de Montréal et de Québec. Il est à espérer que ce recensement pourra être repris, par la suite, tous les deux ans, en élargissant

graduellement l'univers social inventorié, de façon à atteindre, en définitive, la totalité de la population que dessert le réseau français de Radio-Canada. S'il en est ainsi, les données de la présente enquête-recensement acquerront une valeur analytique supplémentaire, puisqu'elles serviront de base à l'étude de l'évolution des auditoires dans le temps.

Yves DE JOCAS.

Service des Recherches et sondages,
Société Radio-Canada.

*

ETUDE DES CONDITIONS DE VIE

DES FAMILLES CANADIENNES-FRANCAISES

Le Centre de recherche de la Faculté des Sciences sociales de l'Université Laval, en collaboration avec la Fédération des Caisses populaires Desjardins et l'Assurance-vie Desjardins, poursuit depuis l'automne 1957 une étude sociologique des conditions de vie, des besoins et des aspirations des familles de la province de Québec.

L'ORIENTATION DE LA RECHERCHE

Cette entreprise de recherche nous permettra d'accroître, sur des points essentiels, la connaissance scientifique de notre milieu. Ainsi, nous possédons peu de données bien établies sur les conditions de vie des familles canadiennes-françaises de la province de Québec. Les enquêtes menées par le Bureau Fédéral de la Statistique, à propos des budgets de famille, fournissent des résultats valables indistinctement pour toutes les familles, quel que soit le groupe ethnique auquel elles appartiennent.

Malgré la prospérité économique des quinze dernières années et une hausse incontestable du niveau de vie moyen des familles urbaines et rurales, de larges couches de la population paraissent vivre dans un état d'insécurité ou d'instabilité économiques. Devant un tel état de fait, de nombreuses questions se posent, auxquelles nous croyons opportun de chercher à donner une réponse appuyée sur l'analyse scientifique : Comment vivent les familles, compte tenu de leurs besoins réels et des ressources financières dont elles