

1957/2 - *Red 7/1/93*

CENTRE DE RECHERCHE EN ECONOMIE
APPLIQUEE POUR LE DEVELOPPEMENT
C.R.E.A.D

UNITE DE COMMUNICATION SOCIALE
EN POPULATION
A.N.A.F

CONTRAT D'ETUDE ET DE RECHERCHE

LA COMMUNICATION SOCIALE EN MATIERE DE PLANIFICATION FAMILIALE

ooOoo PREMIERE PARTIE ooOoo

" LA DIFFUSION DES MOYENS DE COMMUNICATION "

Centre de Recherches en Economie
Appliquée pour le Développement
C.R.E.A.D
DOCUMENTATION
DATE D'INSEE <i>19/10/1993</i>
N° D'ORDRE <i>6488</i>

ETUDE REALISEE PAR

- LEBSARI Ouardia
- HADJ ALI Djamel Eddine

ooO OCTOBRE 1993 ooO

2me ex.

PLAN SOMMAIRE DU RAPPORT.

		pages
0.	Avant propos.....	h-t
	Introduction.....	i-x
	Principales conclusions.....	xi-xvii
	Principales recommandations.....	xviii-xx
1.	NIVEAU GENERAL DE DIFFUSION DES MOYENS DE COMMUNICA- TION.....	13(*)-72
1.1.	Les Moyens de Communication de Masse (MCM).....	13-54
1.1.1.	La télévision.....	13-32
1.1.2.	La radio.....	32-38
1.1.3. (**)	La diffusion combinée de la TV et de la radio.....	39-41
1.1.4. (**)	La presse écrite.....	42-47
1.1.5. (**)	La diffusion combinée des trois médias.....	47-51
1.1.6. (**)	Les campagnes passées sur la planification familia- le.....	51-54
1.2.	Les Moyens de Communication interpersonnelle (MCI).....	55-70
1.2.1.	Les Moyens "Institutionnels" de Communication interper- sonnelle (M"Is"CI).....	55-62
1.2.1.1.	Le "dispensaire".....	55-57
1.2.1.2.	Le "cabinet médical privé".....	57-61
1.2.2.	Exposition générale aux MCM et aux M"Is"CI.....	61-62
1.2.3.	Les Moyens "Informels" de Communication interpersonnel- le (M"If"CI).....	62-67
1.2.3.1.	Les femmes et la "Qabla" traditionnelle.....	62-64
1.2.3.2.	L'"homme de religion".....	64-67
1.2.4.	L'exposition combinée aux MCI.....	67-70
1.3. (**)	L'exposition combinée à tous les moyens de communi- cation.....	70-71

(*) Une erreur de pagination s'est glissée, l'analyse commence à la page 13 au lieu de la page 1.

(**) A ces niveaux se sont glissées, à l'intérieur du texte, des erreurs de numérotation des paragraphes.

	pages
2. LES FACTEURS ECONOMIQUES ET SOCIO-CULTURELS DE DIFFUSION DES MOYENS DE COMMUNICATION.....	72-132
2.1. La télévision.....	72-91
2.2. La radio.....	91-99
2.3. La presse écrite.....	100-105
2.4. La diffusion combinée des MCM.....	106-116
2.5. Le dispensaire.....	117-118
2.6. Le "cabinet médical privé".....	119-121
2.7. La diffusion des M"Is"CI.....	122-124
2.8. La "Qabla".....	125-126
2.9. L'"homme de religion".....	127-129
2.10. La diffusion des moyens informels de communication interpersonnelle.....	130-132
 A N N E X E S.....	 133
1. Histogrammes reflétant les caractéristiques générales de la population enquêtée.....	134-150
2. Consignes aux enquêtrices et enquêteurs.....	151-153
3. Préparation et déroulement de l'enquête.....	154-158
4. A propos des variables indépendantes utilisées.....	159

AVANT PROPOS.

Sans lui, cette étude n'aurait jamais vu le jour.

Bien que bousculé par les responsabilités qui l'assaillaient de toutes parts, il se rendait disponible pour écouter l'équipe qui a réalisé ce travail afin de lui lever, du mieux qu'il pouvait, les difficultés que s'évertuait à fabriquer, de toutes pièces, un environnement malsain.

Lui, rêvait de voir l'Algérie se doter d'une véritable recherche scientifique. Ce rêve, il contribuait partout où il se trouvait à le concrétiser chaque jour un peu plus. Pourtant, il n'était pas rêveur, encore moins un charlatan..., il était chercheur lui-même, et savait, plus que bon nombre de ceux qui s'affublent de ce titre (pour des buts inavoués), que la recherche est d'abord un travail, ensuite un travail... toujours un travail et qu'à ce titre elle doit être une suite d'efforts ininterrompus en vue d'atteindre son objectif: une meilleure connaissance scientifique de la réalité. Il savait que la recherche n'était pas rêveries au terme desquelles, il y aurait des: "Euréka ! J'ai trouvé". Il savait que la recherche, outre qu'elle a tous les attributs du travail sérieux, a la spécificité d'être un travail complexe qui nécessite plus que tout autre organisation et rigueur. Il a, connaissant très bien les exigences du travail de recherche scientifique, mis au point - sans faire trop de bruit - un dispositif réglementaire pour hisser le "noyau dur de la recherche que sont les chercheurs permanents" (expression qu'il utilisait souvent) à un niveau décent.

Lui, était l'un des rares chercheurs algériens à oeuvrer à la moralisation de la profession de chercheur, n'en déplaise à ses détracteurs.

Lui, était de surcroît un homme d'une rare gentillesse, laquelle a été prise pour de la faiblesse par ses détracteurs.

Lui, pour tout dire, avait des qualités incommensurables, lesquelles, hélas, ne sont pas légion aujourd'hui dans le pays.

Lui, c'est le regretté Djillali LIABES que nous ne pourrons jamais oublier, tant l'espoir qu'il nourrissait à l'égard de la recherche, dans notre pays, est le notre.

L'équipe.

0. Introduction.

0.1. Objectif général de l'étude.

L' Unité Communication Sociale en Population de l'ANAF a commandé la présente étude, en vue de lancer un programme de communication, en matière de planification familiale.

Il s'agissait, à travers une enquête auprès d'un échantillon représentatif de la population concernée par la procréation, de recueillir les données nécessaires à la mise en oeuvre par l'ANAF d'une stratégie de communication en direction de ces populations cibles.

Dans ce but, l'enquête se devait de fournir des données sur:

I. le degré de diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle parmi les publics concernés par la planification familiale;

II. le degré de connaissance, de l'échantillon retenu, des concepts relatifs à la maîtrise de la croissance démographique en Algérie et les pratiques en matière de planification familiale;

III. les sources de d'information concernant le programme de planification familiale et les moyens de contraception;

IV. l'impact de ces moyens sur les différentes couches sociales.

0.2. La nature de la demande

D'emblée nous avons à distinguer entre deux types de demandes.

La première concerne le degré de diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle.

La deuxième est relative aux connaissances, attitudes et pratiques (ce qui est désigné généralement par l'expression CAP) en matière de planification familiale.

L'ANAF voulait très probablement faire "deux en un", c'est bien. Mais il est indispensable de traiter l'une et l'autre de manière séparée tout en prévoyant de faire le lien en temps opportun.

Il s'agira donc ici, non de répondre aux deux demandes, mais de répondre à la première demande, à savoir rendre compte du degré de diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle.

0.3 L'enquête.

0.3.1. Les critères de choix de la population à enquêter.

Nous pouvions affirmer au départ que la communication en matière de planification familiale peut concerner plusieurs publics à la fois: la jeunes célibataires, les femmes et les hommes adultes, quelque soit leur état matrimonial...etc... Cependant, le choix avait été fait en faveur d'une population constituée de couples mariés au moment de l'enquête dont la femme est en âge de procréer et ayant fait la preuve de sa fertilité. Ce choix avait été dicté par le souci de ne retenir prioritairement que la population susceptible d'être concernée dans l'immédiat par la procréation et sa planification et aussi parceque le mariage se présente, compte tenu du contexte social, comme étant d'une part universel, d'autre part le cadre presque exclusif de la procréation (1).

0.3.2. La base de sondage pour le tirage de l'échantillon.

Dès le départ le choix en faveur d'un échantillon aléatoire avait été fait (2). Il fallait utiliser le Recensement Général de la Population et de l'Habitat comme base de sondage nationale (RGPH). Or le dernier recensement (RGPH) datait de 1987, et les risques de ne pas trouver les couples qui auraient été retenus pouvait être important du fait des décès, divorces et déménagements intervenus depuis. Ce qui aurait entraîné une augmentation du coût de l'enquête.

La collaboration - heureuse - entre l'équipe chargée de la conduite de l'étude et son homologue de l'Office National des Statistiques (ONS) qui avait conduit depuis peu l'Enquête Algérienne sur la Santé de la Mère et de l'Enfant (EASME) (3) a permis de régler le problème. L'EASME ayant été réalisée sur la base d'un échantillon de 6500 ménages, tiré de manière aléatoire à partir d'une base de sondage préalablement actualisée par l'O.N.S en 1992, il a été décidé de retenir comme base de sondage la population enquêtée dans ce cadre.

0.3.3. Méthode de tirage de l'échantillon.

Compte tenu du budget alloué à l'enquête, les wilayate du Sud ont été éliminées. A partir du reste des districts tirés pour l'enquête de l'EASME, il a été procédé au tirage au 1/6, ce qui a donné l'échantillon figurant dans le rapport préliminaire. Cependant, après un premier travail d'identi-

(1) L'universalité du mariage en milieu musulman est bien connue, voir notamment: FARGUES (Ph.) "Le monde arabe: la citadelle domestique", in BURGUIERE (A), SEGALIN (M). Ed. - Histoire de la famille . - Paris: Armand Colin, 1986.

(2) Voir contrat d'étude.

(3) Cette enquête a donné lieu à la publication de résultats préliminaires: Enquête Algérienne sur la Santé de la Mère et de l'Enfant. - Rapport préliminaire. - Le Caire, Ligue Arabe, 1992. - 38 p. (Ce document est en langue arabe).

fication des couples à enquêter, il s'est avéré que cet échantillon ne pouvait donner l'effectif de couples qui avait été fixé préalablement (1000). En effet, il faut savoir que la population des ménages enquêtés dans le cadre de l'EASME n'a permis d'extraire la population de couples, intéressant l'étude, que dans une proportion d'environ 70 %. Cette contrainte a rendu indispensable un tirage au 1/4.

L'effectif de la population, tirée de la base de sondage EASME et qui devait être enquêtée, était de 1027 couples. La réalisation de cet échantillon s'est faite à 84 %.

0.3.4. Le type d'enquête.

Il s'agit d'une enquête faite à l'aide du questionnaire classique. Ce questionnaire (4) devait permettre le recueil:

- d'une part: d'une importante quantité de caractères de la population étudiée;

- d'autre part des données relatives aux connaissances, attitudes et pratiques (CAP) en matière de planification familiale mais aussi celles concernant la diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle.

Le questionnaire alterne entre des questions semi-fermées et des questions ouvertes. L'option en faveur des questions ouvertes se justifiait d'autant qu'elles pouvaient révéler des informations qualitatives, susceptibles d'ouvrir d'autres pistes de recherche sur la question. Les résultats ont amplement confirmé ces prévisions.

0.4. A propos de la diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle.

0.4.1. Questions traitées.

Traiter de la question de la diffusion des moyens de communication dans la perspective d'aider à l'élaboration d'une stratégie de communication sociale, cela revient à :

- * mesurer le niveau de présence des moyens de communication de masse et interpersonnelle parmi les populations ciblées, ainsi que le niveau d'exposition de celles-ci à ces mêmes moyens;

- * rendre compte des motivations et des obstacles qui selon le cas favorisent ou atténuent la diffusion de ces moyens de communication;

- * rendre compte des facteurs qui ont permis le niveau atteint par la diffusion des moyens de communication ;

(4) Voir questionnaire en annexe du rapport préliminaire.

* caractériser les motivations et les obstacles à la diffusion de ces moyens de communication.

L'étude porte sur:

- d'une part, trois moyens "institutionnels" (5) de communication masse: la télévision, la radio et enfin la presse écrite;

- d'autre part quatre moyens de communication interpersonnelle susceptibles d'intervenir dans le champ de la planification familiale, dont:

* deux "institutionnels": le "dispensaire" et le "cabinet médical privé",

* deux "informels": la "qabla traditionnelle" et l'"homme de religion".

0.4.2. Quelques hypothèses de travail.

0.4.2.0. Un peu d'histoire sur la diffusion des moyens de communication.

Il est indéniable que les moyens de communication "institutionnels", dont il est question dans cette étude, ont durant la période coloniale, fait leur première apparition, tendant à refouler les moyens de communication qui étaient ceux de l'Algérie précoloniale : "le souk avec le berrah, la djma'a, la zaouia dans laquelle on pouvait consulter l'homme de religion qui était très souvent aussi le guérisseur, la qabla... ". Ce refoulement ne s'est pas fait sans heurts (6). La société et les institutions algériennes précoloniales sont cependant défaits petit à petit face à la puissance du système

(5) En ce qui concerne les moyens de communication de masse, on peut par une hypothèse, fort peu probable - compte tenu particulièrement de la tradition orale qui domine dans notre pays - penser, qu'il existe des moyens informels, tels que publications, ne passant pas par les circuits normaux, relatives aux questions de planification familiale. D'un autre côté, il est plus plausible de penser que la chanson, joue un rôle non négligeable dans la confection des opinions relatives à la procréation et par conséquent à la planification familiale. Nous pensons ici à la chanson (en cassettes ou non) qui appartient aux circuits informels et souterrains et non à la chanson qui paraît sous forme de cassettes et qui passe à la "radio et télévision institutionnels" parce qu'elle a reçu l'aval "institutionnel". Ces questions fort intéressantes ne figurent pas dans notre programme. Loin s'en faut, la modeste enquête que nous avons réalisée ne peut rendre compte de tout à la fois. D'autres enquêtes doivent être menées.

(6) Des études historiques, ont rendu compte de ces heurts entre la société colonisatrice et la société algérienne. Voir à ce sujet TURIN (Y). - Affrontements culturels dans l'Algérie coloniale. Ecoles, médecines, religion, 1830-1880. - Paris, Maspéro, 1971. - 434 p.

colonial. Celles, parmi ces institutions originelles refoulées, qui demeureront en vigueur seront, soit instrumentalisées par diverses parties, soit alors réléguées à un statut de moyens "informels" de communication.

Les pouvoirs publics de l'Algérie indépendante ont, tous sans exception décidé - à tort ou à raison - qu'il était nécessaire de continuer à développer l'implantation des moyens de communication "institutionnalisés" dont une partie est récupérée au moment de l'indépendance, mais ce faisant, et sans toujours le déclarer à haute voix, ils décidaient aussi de marginaliser encore plus les institutions originelles de communication, tenues pour des obstacles au développement (7).

0.4.2.1. La diffusion générale des moyens de communication de masse.

0.4.2.1.1. La télévision et la radio.

Les politiques d'électrification et d'installation des relais hertziens, relèvent de la raison de l'Etat centralisé, et cela pour une raison tout à fait simple: les pouvoirs publics doivent pouvoir communiquer des messages de toutes sortes aux "populations". L'absence de politique dans ce domaine peut affaiblir et déstabiliser le pouvoir de l'Etat central. Ce qui était vrai pour la radio seulement s'est étendu à la télévision. Ce puissant moyen de communication arrose désormais, au moyen de satellites et non plus de réseaux hertziens, d'images et d'autant de messages toute la planète, laquelle tend à devenir un village.

Dans ce domaine bien que les chiffres manquent, on peut affirmer sans risque de se tromper que les pouvoirs publics algériens ont eu une politique énergique. Cependant les techniques évoluent très vite et sont de plus en plus coûteuses. Néanmoins la politique des pouvoirs publics devrait logiquement se traduire sur le terrain par une réception des émissions de la radio et de la télévision nationales.

Mais la possibilité de recevoir suffit-elle pour que les populations s'équipent des moyens de réception ? Compte tenu - encore une fois - de la politique de stabilité des prix, notamment des moyens de réception des émissions radiophoniques et télévisuelles, pratiquée par les pouvoirs publics, pendant assez longtemps, on peut s'attendre logiquement à voir ces

(7) LADJALI (M.) a parlé d'une enquête qui aurait "été lancée dans le but de déterminer les possibilités de collaboration entre accoucheuses traditionnelles et programme de maîtrise de la croissance démographique", in LADJALI (M.). - L'espacement des naissances dans le tiers-monde. L'expérience algérienne. - Alger, OPU, 1985. - 172 p. ... p. 59. LADJALI (M.) qui était une praticienne du "développement" se rendait compte de la vanité que constituait la volonté de marginaliser les institutions originelles de communication susceptibles d'intervenir dans le domaine de la planification familiale...mais n'était-il pas déjà trop tard ? Le démantèlement de la société algérienne n'a-t-il pas été mené à son terme ?

moyens largement diffusés parmi les "populations". A ce titre, CHEVALDONNE (F.) (8) avaient fourni des données sur la stabilité des prix des moyens de communication laquelle a stimulé une demande jusqu'à la fin des années 70. Il faut remarquer que depuis particulièrement la moitié des années 80, les prix de ces produits n'ont cessé d'augmenter. L'observation courante permet par ailleurs de voir que, de la pénurie des moyens de communication de masse au cours de la fin des années 70 et même au début des années 80, le marché passe à une relative "abondance": tous les grands magasins étalent différentes marques de postes radio et de téléviseurs...mais à des prix qui ont été facilement multipliés par dix en l'espace de 10 ans. Cette flambée des prix atténuera-t-elle la propension à acquérir ces moyens de communication ?

A son tour l'équipement en récepteurs de radio et de télévision suffit-il pour garantir une fréquentation des "émissions" radiophoniques et télévisuelles ?

La fréquentation des émissions radio et télévision est-elle assidue, ou rare ?

Le niveau d'équipement n'agit-il pas comme frein ou amplificateur selon le cas, dans la mesure où il serait question d'une séparation des sexes face à l'usage de la télévision. De la même manière les moments de fréquentation des émissions sont-ils déterminés par le niveau d'équipement ?

Que cherche-t-on à écouter et à voir grâce aux récepteurs radio et TV ?

Pour les émissions télévisuelles particulièrement, quelle est la propension à suivre celles qui proviennent d'une "origine étrangère" (9)? Les émissions d'origine "nationale" sont-elles abandonnées en faveur de celles d'origine "étrangère" ? Le niveau d'équipement, toutes conditions égales par ailleurs, devrait être plus important parmi le public qui suit les émissions d'"origine étrangère". De plus, en faisant jouer l'hypothèse de la séparation des sexes face à l'usage de la télévision, il faut s'attendre logiquement à voir un niveau d'équipement plus important dans le cas des émissions d'origine

(8) CHEVALDONNE (F.). - La communication inégale. L'accès aux médias dans les campagnes algériennes. - Paris, CNRS, 1981. - 222 p. Cet ouvrage déborde par certains aspects la stricte période 70-71 au cours de laquelle les enquêtes de terrain avaient été menées. Il fournit compte tenu de sa date d'édition des données générales et des observations allant jusqu'à 1977-78.

(9) C'est, il faut en convenir, un excès de langage que de parler d'émissions d'origine "étrangère" par opposition à celles d'origine "nationale", tant les émissions "d'origine" nationale ou transitant par la chaîne nationale ne sont que très peu nationales. Cependant il faut par convention maintenir cette distinction, tant les émissions produites à l'étranger sont filtrées par des nationaux avant de transiter par le canal de la chaîne nationale. Ce qui confère par excès un cachet "national" à ces émissions.

"étrangère", comparativement à celui qu'il y aurait dans le cas des émissions d'origine "nationale".

Quelles sont les émissions préférées ? De quel type sont-elles: délassement, information-éducation... ? Le choix en faveur d'un type d'émissions est-il fonction du niveau d'équipement ? La question se pose en effet de savoir si les "réalités sont prises pour les désirs" (10), dans la mesure où le niveau d'équipement pourrait agir selon le cas comme facteur limitant le choix ou le favorisant.

Y-a-il une compensation entre la fréquentation de la télévision et celle de la radio ? En d'autres termes quand il y a absence de fréquentation de la télévision, y-a-t-il nécessairement fréquentation de la radio et réciproquement ?

0.4.2.1.2. La presse écrite.

L'enquête ne cherche pas à savoir si la presse écrite est disponible, ou en d'autres termes, si elle est bien diffusée. Ce manque est cependant pallié implicitement par l'absence de référence, à cet aspect des choses, dans les raisons invoquées pour expliquer l'absence de lecture de la presse écrite par les enquêtés. La diffusion peut donc être considérée comme touchant l'ensemble du territoire national même si on sait d'expérience que certains coins du pays reçoivent la presse du jour le lendemain.

Contrairement donc aux autres moyens de communication de masse, pour lesquels la fréquentation est tributaire d'un équipement, la lecture de la presse écrite - pour ceux qui sont alphabétisés, bien sûr - est moins exigeante en moyens. Cependant compte tenu de la tradition orale qui domine dans notre société, la pratique de la lecture de la presse écrite doit être assez faible.

0.4.2.2. La diffusion générale des moyens de communication interpersonnelle.

0.4.2.2.1. Les moyens institutionnels.

On sait que l'effort consenti dans le domaine de la santé par les pouvoirs publics algérien est colossal. Cet effort qui a concerné peut-être plus tardivement le domaine de la planification familiale, peut être considéré comme important (11). On sait par ailleurs que les dispensaires, qui prodiguent gratuitement les soins, s'occupent à la fois des problèmes généraux de santé et de la planification familiale. Compte tenu

(10) Formidable expression utilisée par CHEVALDONNE (F.), in ouvr. cité.

(11) OUSSEDIK et al. signalent que "...En 1980, 260 PMI/EN sont réparties sur le territoire national. En mai 1988 on relève 1955 structures sanitaires publiques chargées de l'espacement des naissances..." In: Femmes et fécondité en milieu urbain. - Alger, CREAD-FNUAP, 1989.

de la gratuité des soins et des besoins en la matière, on devrait logiquement s'attendre à ce que les dispensaires soit fréquentés de manière importante.

Cependant l'existence de plus en plus de "cabinets médicaux privés" devrait capter une partie de la population. Mais le "cabinet médical privé" concurrence-t-il les dispensaires ou en est-il un complément ? A ce niveau devraient pouvoir se manifester les représentations sociales de l'exercice de la médecine: à tort ou à raison - la réclame aidant (12) - la médecine dispensée par l'intermédiaire du cabinet médical privé est entourée d'un respect quasi religieux, à l'inverse, et paradoxalement parcequ'elle est gratuite, la médecine dispensée dans les institutions publiques est considérée comme moins intéressante.

0.4.2.2.2. Les moyens informels.

L'enquête - qui ne cherche pas à savoir si la fréquentation du "dispensaire" ou du "cabinet médical privé" porte explicitement sur la planification familiale, pour la simple raison que l'enquête est déjà assez lourde comme celà (13) - cherche à savoir si la fréquentation de l'un et / ou de l'autre des moyens de communication informels étudiés: la "qabla" (sage femme traditionnelle) et l'"homme de religion" sont consultés de manière spécifique sur la question de la planification familiale.

L'hypothèse d'une impotante consultation de la "qabla" a paru plausible (voir supra, note 7 p.9) compte tenu de la proportion importante des accouchements à domicile et ce malgré la présence d'hôpitaux.

Par ailleurs la licéité de l'acte de la planification familiale étant du domaine de la religion l'hypothèse d'une forte consultation de l'"homme de religion" en la matière paraissait aller de soi.

0.4.2.3. Les facteurs de la diffusion des moyens de communication.

Le sous équipement des zones rurales: absence de relais d'émission, électrification incomplète - comparativement aux zones urbaines - devrait se traduire par un accès différentiel

(12) La réclame concerne le matériel-miracle que représente entre autres l'échographe, que l'observation courante permet de constater. Cependant, il faut dire que par ailleurs tout ce qui manque dans les dispensaires se trouve dans le "cabinet médical privé" surtout depuis que l'air du temps a changé.

(13) Cependant, la connaissance que nous livre l'enquête de l'intensité de la fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical peut permettre - avec les autres informations recueillies sur la diffusion des autres moyens de communication - de mettre au point une stratégie de communication sociale en matière de planification familiale.

dans la diffusion des médias (14). De la même manière, et pour la même raison (le sous équipement), il faut s'attendre à ce que les moyens de communication interpersonnelle soient moins diffusés en milieu rural qu'en milieu urbain.

Cependant, et pour les médias, l'existence de possibilités d'une part de produire de l'électricité à partir d'un groupe électrogène d'autre part, la possibilité de captage des émissions par le biais des satellites, permettent de braver les difficultés de réception traditionnelles de réception des émissions de télévision. Dans ce contexte les conditions économiques devraient logiquement intervenir, comme amplificateur ou réducteur, selon le cas - toutes conditions de réception égales par ailleurs - de cette diffusion des moyens de communication de masse. A ce titre les recherches menées par CHEVALDONNE (F.) (15) avaient fourni des données très intéressantes sur "l'accès différencié aux médias dans les campagnes algériennes". Si comme le fait remarquer cet auteur la stabilité des prix des moyens de communication a stimulé une demande jusqu'à la fin des années 70, il faut remarquer que depuis particulièrement la moitié des années 80, les prix n'ont cessé d'augmenter. L'observation courante permet par ailleurs de voir que de la pénurie, des moyens de communication de masse au cours de la fin des années 70 et même au début des années 80, le marché passe à une relative "abondance": tous les grands magasins étalent différentes marques de postes radio et de téléviseurs...mais à des prix qui ont été facilement mutipliés par dix en l'espace de 10 ans.

Enfin et à supposer que les conditions techniques et économiques permettent la diffusion des moyens de communication, n'y aurait-il pas des obstacles immatériels, liés aux conditions socio-culturelles d'accès aux moyens de communication de masse. Il s'agit ici d'examiner lequel des deux facteurs que sont le "niveau d'instruction" et la "cohabitation" est, toutes conditions de réception égales par ailleurs, déterminant dans l'accès aux moyens de communication. Car s'il est logique de penser que l'accès et l'usage des moyens de communication diffère selon le niveau d'instruction, la question de savoir si cet accès n'est pas limité, par des normes socio-culturelles, dont il faut penser qu'elles sont plus présentes dans les milieux où les couples ne vivent pas de

(14) Nous avertissons dès à présent que la recherche d'une documentation ou d'une information chez nous est devenue un vrai casse-tête. Nous aurions pu trouver l'information concernant la configuration du réseau hertzien d'émissions de la chaîne nationale de télévision, ce qui nous aurait fait avancer. Cependant, connaissant la rétention ambiante et malade, qui caractérise l'information chez nous, nous n'avons même pas tenté d'essayer de la récolter.

(15) CHEVALDONNE (F.). - La communication inégale. L'accès aux médias dans les campagnes algériennes. - Paris, CNRS, 1981. - 222 p. Cet ouvrage déborde par certains aspects la stricte période 70-71 au cours de laquelle les enquêtes de terrain avaient été menées. Il fournit compte tenu de sa date d'édition des données générales et des observations allant jusqu'à 1977-78.

manière autonome, permettra certainement d'éclairer le niveau d'intégration des moyens de communication dans la société algérienne. En ce sens et s'il admis que la "cohabitation", qui permet logiquement un contrôle social sur ces moyens, lequel devrait se traduire par un partage entre les sexes des temps d'usage de ces moyens, devrait par hypothèse agir comme un frein à la diffusion de ces mêmes moyens.

Par ailleurs, sera examinée la question de savoir si l'accès différencié, aux moyens de communication interpersonnelle, est fonction du niveau économique.

Enfin seront examinées, à travers le "niveau d'instruction" et la "cohabitation", les conditions socio-culturelles d'accès différencié à ces moyens. La question se pose en effet de savoir si le "choix" pour l'un ou l'autre de ces moyens n'est pas fonction des représentations différenciées qui prévalent concernant l'un ou l'autre de ces moyens.

0.5. Avertissement.

les premiers résultats contenus dans ce rapport, concernent uniquement les données recueillies auprès des femmes.

PRINCIPALES CONCLUSIONS

0. Avertissement.

Compte tenu de ce que l'enquête a permis d'établir sur l'importance de la diffusion de la télévision comparativement aux autres moyens de communication de masse, et de ce que l'étude de la diffusion combinée de médias a révélé sur la faiblesse de la compensation entre la télévision, la radio et la presse écrite, il nous a semblé donc que ces conclusions et les recommandations qui vont suivre doivent être axées principalement, pour ce qui est des moyens de communication de masse, sur la diffusion de la télévision.

1. Le niveau général de diffusion des moyens de communication parmi la population cible.1.1. Le niveau général de diffusion des médias parmi la population cible.1.1.1. La diffusion potentielle de la télévision.

Globalement l'étude a montré l'importance de la diffusion potentielle de la télévision auprès de la population cible (femmes particulièrement), ainsi que le niveau d'équipement conséquent en récepteurs TV de cette dernière.

Il faut noter cependant qu'en matière d'acquisition de récepteurs TV, les données de l'enquête comparées aux données disponibles, laissent apparaître un ralentissement de la demande en raison très certainement de la cherté de ces équipements. Cet aspect des choses est à prendre très au sérieux, car la durée de vie du parc de télévisions est limitée. Il faut donc s'attendre à ce que la diffusion potentielle diminue.

1.1.2. La diffusion effective de la télévision.

L'enquête qui a permis de constater que la fréquentation de la télévision - qui est le premier indicateur de sa diffusion effective - est important, a permis aussi de relever que le niveau (saisi de manière subjective) de fréquentation de la télévision - qui lui est un indicateur, beaucoup plus probant, de la diffusion effective de ce moyen de communication - est beaucoup plus nuancé.

L'étude a montré que si la fréquentation de la télévision, est presque totalement dépendante de la disposition par le couple d'un récepteur TV, il n'en demeure pas moins que le niveau de fréquentation de la TV, ne dépendent que très faiblement du niveau d'équipement en récepteurs télévision. Ce qui voudrait dire que l'hypothèse que la séparation des sexes et des catégories d'âge au sein de la famille algérienne, face à l'usage de la télévision et donc nécessairement du partage du temps d'usage entre tous les groupes de la même famille,

affecte la partie de la population cible la moins nantie en récepteurs, est en partie infirmée.

1.1.3. Les obstacles à la fréquentation de la télévision.

Il faut à ce niveau distinguer deux types de résultats:

- les obstacles généraux à la fréquentation de la télévision;
- les obstacles particuliers à la fréquentation familiale de la télévision dans le cas de la diffusion d'émissions sur la planification familiale.

Pour les obstacles généraux, l'enquête a révélé que le type d'obstacle qui domine est le "manque de temps", suivi par celui relatif à l'économie "Pas de TV", "TV en panne", "je ne vois pas la TV par économie", tandis que l'obstacle tenant aux valeurs socio-culturelles la "hachma" occupe la dernière position.

En ce qui concerne les obstacles particuliers à la fréquentation familiale de la TV pour des émissions sur la planification familiale, l'enquête a pu établir que:

- le tiers de la population cible que peut toucher potentiellement la télévision déclare ne pas pouvoir voir en famille ce genre d'émissions,
- l'obstacle invoqué se trouve être pour la quasi totalité: la "hachma".

Il est utile de rappeler, encore une fois, que malgré la présence de cet obstacle, l'hypothèse persistante d'une fréquentation caractérisée massivement par une séparation des sexes est en très grande partie infirmée.

1.1.4. Les motivations à la fréquentation de la télévision.

L'étude a montré que les préférences de la population cible vont d'abord aux "el moussalssalat", ensuite aux "émissions éducatives", et enfin aux "émissions diverses" films, variétés...etc...(le détail figure dans le texte). Certes cela était prévisible, ce qui l'était moins c'est le fait que cet ordre de préférence ne soit dérangé ni par le niveau d'équipement en récepteurs TV, ni par les chaînes étrangères de télévision. Mais c'est surtout cette dernière qui est surprenante. En clair la partie de la population cible branchée par satellite aux chaînes étrangères, se reporte sur la chaîne nationale pour voir son traditionnel "moussalssal". De la même manière que les préférences pour les autres types d'émissions ne varient pas.

Nous avons donc affaire selon toute vraisemblance à un solide profil du public des femmes, qui ne risque pas de changer de préférences du jour au lendemain.

1.2. Le niveau général de diffusion des moyens interpersonnels de communication.

1.2.1. Les moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle.

La première conclusion est que la fréquentation du dispensaire et/ou du cabinet médical privé est presque généralisée parmi la population cible. Il faut dire que la fréquentation du "cabinet médical privé" est sensiblement plus importante que celle du dispensaire.

La deuxième conclusion est la conséquence de la première. Compte tenu du fait que la fréquentation du dispensaire et/ou du "cabinet médical privé" est généralisée, celle-ci est presque la seule à compenser de manière générale presque totalement le manque de fréquentation de la télévision.

1.2.2. Les moyens "informels" de communication interpersonnelle.

L'enquête a révélé que la fréquentation des moyens "informels" de communication interpersonnelle que sont la "qabla traditionnelle" et/ou l'"homme de religion" est la plus faible de toutes. La fréquentation ici, il faut le rappeler consiste en discussions en matière de planification familiale avec la "qabla traditionnelle" et/ou l'"homme de religion".

Le résultat pour la "qabla traditionnelle" est surprenant, parce que d'une part le nombre d'accouchements à domicile est très important. Comment dans ces conditions les femmes ne tiennent-elles pas des discussions avec la "qabla traditionnelle" ? La relation entre la "qabla" et la femme accouchée se ferait-elle en silence, ou bien les femmes estiment-elles que la "qabla traditionnelle" est disqualifiée en ce domaine ?

L'autre résultat concernant l'"homme de religion" - qui enregistre la plus faible fréquentation - confirme si besoin est, que dans l'esprit des femmes - dont la religiosité n'est pas en cause, et n'est pas l'objet de notre propos ici - qui cherchent à s'informer en matière de planification familiale, estiment qu'il faut le faire auprès de sources généralement institutionnelles. C'est enfin aussi dans une certaine mesure l'achèvement, en grande partie, de la fin des institutions locales face à celles que la modernisation du pays a mises en place.

2. Les facteurs économiques et socio-culturels de la diffusion des moyens de communication.

2.1. Le secteur de résidence et la diffusion des moyens de communication.

Comme il était attendu, l'enquête a permis de constater que la diffusion de la télévision parmi la population cible est

sensiblement différente selon que celle-ci réside en secteur urbain ou en secteur rural. Alors que la diffusion potentielle de la télévision en secteur urbain est totale, en secteur rural elle n'a été évaluée qu'à 79,6 %.

Concernant l'équipement en récepteurs TV, le même constat a été établi. La proportion de femmes du secteur urbain qui déclarent ne pas posséder de récepteur TV n'est que de 3,2%, tandis que celle des femmes du secteur rural s'établit au niveau de 23 %.

Il en est de même, pour ce qui est de la fréquentation. Alors que les femmes du secteur urbain fréquentent la télévision à 95,6 %, celle du secteur rural ne le font que dans une proportion de 72,3 %.

Enfin, en matière d'assiduité dans la fréquentation de la télévision, les déclarations des femmes du secteur urbain et du secteur rural permettent de dire que les premières citées sont dans une proportion de 65,3 % à être assidues dans leur fréquentation de la télévision, tandis que pour les secondes citées cette dernière n'est que de 34,5 %.

Cependant l'étude a établi que la compensation de l'absence de fréquentation de la télévision par la fréquentation de la radio pour les femmes du secteur rural se fait dans une proportion un peu plus importante que pour celles du secteur urbain. En effet 6,7 % des femmes rurales compensent l'absence de fréquentation de la télévision par la fréquentation de la radio, tandis que seulement 0,5 % des femmes urbaines le font.

En somme l'enquête permet de constater que le niveau des écarts dans la diffusion des moyens de communication auprès de la population cible, selon que celle-ci réside en secteur rural ou urbain, est sensible.

Par ailleurs la "hachma" qui empêche la fréquentation en famille de la télévision à l'occasion des émissions sur la planification familiale est en grande partie rurale.

Au niveau des motivations bien que les conclusions de l'étude révèlent une propension plus grande des femmes du secteur urbain que celles du secteur rural à se brancher sur les chaînes étrangères, on n'observe pas de différences fondamentales entre les deux groupes de femmes en ce qui concerne les types d'émissions, hormis une légère tendance des femmes secteur rural à préférer un peu moins les émissions "éducatives" et à reporter et ainsi cette légère préférence pour le type d'émissions "diverses".

L'enquête a révélé que les femmes du secteur rural ont une propension plus importante à fréquenter en général plus le dispensaire que celles du secteur urbain, alors que les distances dispensaire-domicile (estimées par les femmes elles-mêmes) sont nettement plus réduites en secteur urbain qu'en secteur rural.

Par ailleurs le constat a été établi que les femmes du secteur rural fréquentent un peu moins le "cabinet médical privé" que celles du secteur urbain.

Mais il est apparu, comme il a été signalé plus haut, que la fréquentation du dispensaire et/ou du "cabinet médical privé" est presque totale ce qui par voie de conséquence compense dans une très large mesure l'absence de fréquentation des femmes du secteur aux moyens de communication de masse.

2.2. Les conditions économiques et la diffusion des moyens de communication.

L'étude a permis de voir que les conditions économiques interviennent comme facteur discriminant dans la diffusion des moyens de communication de masse. Ainsi, alors que la diffusion potentielle de la télévision est réalisée pour la presque totalité (93,3 %) de la population cible, résidant en secteur rural et appartenant à la couche aisée, celle-ci ne se fait que dans une proportion de 54,7 % pour celle qui réside dans le même secteur et qui appartient à la couche défavorisée n'est que de 54,7 %. Il faut cependant signaler que pour la population appartenant à la couche moyenne et résidant en secteur rural la diffusion potentielle est assez rapprochée de celle de la couche aisée 89,4 %.

L'étude a aussi révélé que des écarts sensibles et parfois même plus conséquents que ceux enregistrés pour le secteur de résidence. Il est en est ainsi du nombre moyen de récepteurs TV possédés.

La fréquentation de la télévision pour les femmes appartenant à la couche aisée est le fait de 93,7 % d'entre-elles, alors qu'elle n'est que de 54,2 % pour les femmes de la couche défavorisée. Il faut ajouter à cela que le niveau de fréquentation de ces dernières est sensiblement plus faible que celui des femmes de la couche aisée.

Il faut signaler cependant que l'étude conclut à la très faible intervention du facteur économique sur les préférences des femmes pour un type d'émissions télévisées. Ce qui confirme encore une fois que nous avons bien affaire à un public de la télévision dont le profil en matière de préférences est assez bien établi et ne semble pas subir d'interférences.

L'étude révèle que les femmes alphabétisées appartenant à la couche défavorisée ne lisent la presse écrite que dans une proportion de 30 % contre 64,4 % pour les femmes de la couche aisée et 60 % pour celles de la couche moyenne. Il faut remarquer par ailleurs que le peu de femmes qui appartiennent à la couche défavorisée et qui lisent la presse déclarent lire dans leur majorité écrasante la presse arabophone tandis que celles qui appartiennent à la couche aisée ne le font que dans une proportion de 30,3 %. A l'inverse les femmes appartenant à la couche aisée déclarent lire plus souvent la presse francophone 42,4 % contre 33,6 %

pur celles appartenant à la couche moyenne et seulement 14,3 % pour celles appartenant à la couche défavorisée.

Concernant la compensation, il faut relever que 13,6 des femmes appartenant à la couche défavorisée et qui ne fréquentent pas la télévision, fréquentent un autre média qui est presque tout le temps la radio (11,9 %).

Pour ce qui est des moyens de communication interpersonnelle, l'étude révèle que les femmes de la couche défavorisée ont une propension sensiblement plus élevée à fréquenter le dispensaire que celle des femmes appartenant à la couche aisée respectivement 78 % contre 57,7 %, tandis qu'elle est légèrement plus élevée que celle des femmes appartenant à la couche moyenne, cette dernière étant de 76,6 %.

Le "cabinet médical privé" est, comme il était logiquement attendu, nettement moins fréquenté par les femmes de la couche défavorisée que par celles de la couche aisée et moyenne, les proportions respectives s'établissent comme suit: 74,6 %, 91,9% et enfin 88,8 %.

Enfin en matière de compensation entre le dispensaire et le "cabinet médical privé", l'étude montre que même pour la couche défavorisée celle-ci est relativement importante, puisque la fréquentation du dispensaire et/ou du "cabinet médical privé" s'établit pour ces femmes à 91,5 % ce qui est appréciable. Ce qui veut dire que la compensation se fait pour au moins 13,2 % de ces dernières qui consentent à fréquenter le "cabinet médical privé" même si cela est coûteux.

2.3. Les conditions socio-culturelles et la diffusion des moyens de communication.

L'étude a mis en évidence le fait que la cohabitation du couple avec des parents dans le même foyer ne semble pas, d'une manière générale, déterminer des niveaux de diffusion particuliers des médias. Ainsi en est-il de la diffusion potentielle de la télévision, du niveau d'équipement en récepteur de télévision, ainsi que de sa fréquentation... La cohabitation n'intervient même pas dans la "possibilité ou non de voir des émissions télévisées consacrées à la planification familiale. De la même manière que l'étude ne révèle de différences déterminantes de diffusion de la radio entre cohabitantes ou non.

Il existe deux exceptions cependant, l'une concernant la langue de la presse écrite lue, l'autre la fréquentation de la "qabla traditionnelle".

Concernant la langue de la presse écrite lue, l'étude met en évidence une différence significative: une propension des cohabitantes à lire plus la presse arabophone que celles qui vivraient de "manière autonome", elles enregistrent respectivement 60,3 % et 43,1 %. A l'inverse celles qui ne cohabitent pas lisent plus la presse francophone que celles qui cohabitent: 40,4 % contre 27,4 %.

Pour ce qui est de la discussion avec la "qabla traditionnelle", 22 % des femmes cohabitantes déclarent discuter avec la "qabla" autour de la planification familiale, tandis que la femmes qui ne cohabitent pas déclarent le faire dans une proportion 31 %.

Au contraire du facteur cohabitation, le facteur niveau d'instruction semble intervenir de manière tout a fait discriminante.

PRINCIPALES RECOMMANDATIONS.

La future étude des connaissances, attitudes et pratiques (CAP), de la population cible, en matière de planification familiale aura pour but de déterminer les besoins en information, éducation et communication particuliers et différenciés selon des types de profils de la population que l'étude aura mis à jour. Ce sont les CAP qui permettront d'affiner une stratégie globale de communication sociale en matière de planification familiale.

Néanmoins dès à présent on peut avancer l'idée qu'il existe un minimum requis de communication sociale à mettre en oeuvre pour l'ensemble de la population. Ce minimum requis, ou si l'on préfère le dénominateur commun à l'ensemble de la population, n'est ni plus ni moins le lancement d'un débat général au niveau de toute la société sur la planification familiale, à travers la production, sur la question, de documents, de qualité et de divers types. Le but de ce débat est:

- de susciter pour une population qui soit n'a jamais pratiqué la régulation des naissances, soit hésite à la pratiquer une attitude plus libre vis à vis de la question, dans la mesure où tout le monde va en parler, et potentiellement une demande;
- de lever les pressions sociales qui pèsent sur la population qui pratique la régulation des naissances. Celle-ci étant, pour les plus hésitantes parmi les pratiquantes, sujette à une remise en cause.

Simultanément, il faudra engager un grand débat avec ceux qui ont la charge en dernière instance de la gestion de la demande en planification familiale: personnel paramédical, médecins du secteur public mais aussi ceux du secteur privé. Le débat dans le corps médical aura pour but certainement une plus grande sensibilisation du corps médical à cette question, mais aussi, et surtout, de dégager, avec des praticiens de terrain, les voies et les moyens d'organiser ou de réorganiser les prestations en direction de la population.

Pour toucher toute la population, il est indispensable d'utiliser tous les moyens de communication. Les résultats de la présente étude ont montré clairement que de la diffusion des moyens de communication, qu'il s'agisse des médias ou des moyens de communication interpersonnelle, est inégale parmi la population cible. Le fait par exemple de n'utiliser que le canal de la télévision mettrait de côté globalement une proportion importante de la population cible estimée à 16,4 %. Mais cette population qui serait mise de côté est nettement plus rurale 27,7 %, contre une proportion de 4,2 % des femmes urbaines seulement.

Un lecture détaillée des résultats permettra de ne prendre en considération l'ensemble de la population cible en utilisant les divers moyens de communication.

Il faut avoir présent à l'esprit que, la situation que reflète le présent rapport est évolutive. Pour cela, il est indispensable de prévoir des enquêtes médias périodiques, pour:

- d'une part avoir le feed-back, perception par les populations cible, du programme de communication qui aura été déclenché,

- d'autre part estimer à nouveau le degré de diffusion des moyens de communication et ajuster à nouveau le programme. Il faut savoir qu'en ce qui concerne la télévision par exemple, tout indique que la propension à acquérir des moyens de réception a diminué.

Comme cette étude, les enquêtes à venir mettront à jour certainement, d'autres facteurs de freinage de la communication sociale, ces facteurs pourront être de divers types. Et pour reprendre l'exemple de la télévision, les enquêtes pourraient arriver au résultat que les émissions de la chaîne nationale sont de moins en moins captées en raison d'une absence, beaucoup plus marquée que par le passé, d'équipements en récepteurs TV. Sur un autre registre, la perception des messages est tout à fait dépendante du niveau d'instruction. A ce sujet, la présente étude a montré d'abord l'ampleur de l'analphabétisme parmi la population cible et l'intervention très souvent décisive de celui-ci comme facteur limitant la diffusion des moyens de communication.

Par ailleurs et cela est très important, les femmes invoquent le "manque de temps" pour expliquer l'absence ou la rareté de la fréquentation des moyens de communication.

Or le freinage causé par tous ces facteurs à la diffusion des moyens de communication, peut être jugulé par des actions concrètes qui ne sont pas du ressort des professionnels de la communication sociale. C'est à ce niveau qu'intervient la nécessité d'une stratégie d'ensemble autour de la question de la maîtrise de la croissance démographique.

Bien sûr, il est heureux que la décision de faire prendre en charge les problèmes de population par un organisme unique (la Direction de la Population, près le Ministère de la Santé) ait été prise, car par le passé, les services qui en avaient la charge étaient dispersés, ce qui avait engendré sinon, l'inévitable concurrence sur les prérogatives, du moins une absence de coordination des actions. Mais l'existence de cet organisme ne peut pas suffire si les pouvoirs publics ne décident pas, une fois pour toutes, de la place à accorder à la maîtrise de la croissance démographique. Décider de la place de cette dernière, c'est concrètement lui accorder des moyens et un soutien sans faille.

Si les moyens qui devront être dégagés, serviront à rendre disponibles les contraceptifs et à doter le territoire national de dispensaires, ce qui est indispensable, il n'en demeure pas moins que ces moyens devront servir aussi à couvrir les frais de la communication sociale autour de la régulation des naissances, ce qui veut dire par conséquent, mener quelques

actions en amont de cette communication sociale. Ces actions consisteraient à:

- réguler au besoin les prix des récepteurs radio et TV et couvrir les frais d'une ou de plusieurs publications régulières et affiches;
- consacrer un important budget pour l'alphabétisation. Cette action n'a presque jamais été entreprise sérieusement;
- accroître le nombre de crèches, mise en place d'un palier pré-scolaire dans le système d'enseignement (*) et enfin par la réouverture des cantines scolaires et ceci, dans le but de lever le "manque de temps".
- aider l'emploi féminin en accordant des crédits à des coopératives artisanales(**).

Telles sont les principales recommandations pour que le programme de communication sociale en matière de planification familiale puisse atteindre les résultats escomptés.

(*) Reste à savoir si avec les restrictions financières actuelles, des budgets peuvent encore être affectés aux dépenses "dites sociales". Cependant l'ampleur de l'objectif de la maîtrise de la croissance démographique, ne peut se faire encore une fois qu'au prix de dépenses "improductives" et pour longtemps encore.

(**) Voir en annexe la part des femmes qui travaillent, elle est dérisoire. Nous aurions pu montrer que le facteur travail de la femme intervient énormément dans la diffusion des moyens de communication. Ce travail n'a pas été présenté pour deux raisons:

- la faiblesse des effectifs rendant la lecture des tableaux sans grand intérêt;
- le manque temps.

Cependant les tableaux peuvent être confectionnés et leur demande serait satisfaite dans la mesure du temps disponible de l'équipe.

1. LE NIVEAU GENERAL DE DIFFUSION DES MOYENS DE COMMUNICATION.

1.1. Les moyens de communication de masse.

1.1.1. La télévision.

1.1.1.0. Le contact avec la télévision ou la diffusion potentielle de la télévision.

L'enquête permet de constater que la proportion de femmes de la population cible qui ont eu un "contact avec la télévision" (16) est conséquente: 89,1 %. Bien que la présente enquête ne concerne, que les couples résidant au nord du pays, il faut convenir que ce taux de "contact" est assez surprenant.

Histogr. Et: Repartition des femmes selon qu'elles ont ou non eu le contact avec la télévision.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
NON	0	95	10.9	10.9	10.9
OUI	1	775	89.1	89.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

La repartition des femmes ayant eu le "contact avec la télévision" selon qu'elles déclarent ou non posséder au moins

(16) La notion de contact avec la télévision qui est utilisée ici mérite quelques mots d'explication. A l'origine, une question avait été posée concernant la réception des émissions de télévision, celle-ci était libellée comme suit: "Recevez-vous les émissions de télévision ?", l'objectif était de savoir si la localité ou la région de l'enquêté(e) était reliée aux réseaux de télédiffusion. Or, d'une part, l'absence d'une carte de la télédiffusion nationale, mais aussi une information précise sur la configuration de la couverture par les émissions de TV des chaînes étrangères satellisées ou non, d'autre part, l'équivocité certaine contenue dans la question ainsi formulée - l'enquêté(e) pouvait l'assimiler à: "avez-vous un récepteur TV ?" - ne permettaient sérieusement pas de conclure sur le degré de couverture par les réseaux de télédiffusion de la population cible. Ces problèmes ont amené à combiner les réponses aux deux questions, la première concernant la réception, la deuxième relative à la possession d'un récepteur de télévision en marche pour obtenir ce qui est désigné par "contact avec la télévision". Cette notion est donc différente - tant que la vérification n'est pas faite - de la notion de réception qui est la possibilité offerte par la connexion aux réseaux de recevoir les émissions de TV. Par ailleurs il faut savoir que le contact avec la télévision est implicitement un contact qui se fait chez-soi à la maison.

un récepteur de télévision en marche, laisse apparaître comme le reflète l'histogramme E2 ci-dessous, que 95,2 % en sont pourvues contre seulement 3,2 % qui n'en disposent pas. Pour l'ensemble

Histogr. E2: Répartition des femmes ayant eu le contact avec la TV selon qu'elles déclarent ou non posséder un récepteur TV.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
QNR	-1	12	1.6	1.6	1.6
NON	0	25	3.2	3.2	4.8
NON	1	738	95.2	95.2	100.0
	Total	775	100.0	100.0	

des femmes cela représente une proportion de $(775/870)=84,8\%$, ce qui est somme toute remarquable. Il faut cependant relever que l'Enquête Nationale Algérienne sur la Fécondité (ENAF) avait déjà estimé à 76 % (17) la proportion de femmes mariées dont l'âge se situait entre 15 et 49 ans nanties de récepteurs de télévision. Ce qui voudrait dire que la croissance entre 1986 et 1993 n'aura été que de 8,8 %, ce qui est peu. On assisterait donc depuis la libération des prix à un ralentissement de l'acquisition des récepteurs de télévision.

Le nombre d'appareils moyen en marche dont disposent les couples avoisine l'unité: 0,98. Rapporté à 1000 personnes, il est de 116,3 pour mille, alors qu'en 1977-78 leur nombre n'était que de 40 pour mille personnes (18).

(17) In KOUAOUCI (A). - Famille, femme et contraception. Contribution à une sociologie de la famille algérienne. - Alger, CENEAP-ENAF, 1992. - 279 p.

Ce chiffre est donné à la page 246, tabl.13. Cependant, si notre lecture de cette ouvrage est correcte, une remarque s'impose. Si le chiffre avancé, à la page indiquée, concerne en grande partie notre population cible, soit les ménages dont la femme est mariée et âgée entre 15-49 ans révolus, il n'en demeure pas moins que sur le même ouvrage figure un tableau portant la référence à la page 223 dans lequel "la proportion de ménages possédant un poste de TV" est estimée à 37 %. Bien que ce deuxième tableau porte sur un effectif un peu plus important, ces chiffres sont surprenants.

Le chiffre de 76 % paraît tout de même plausible.

(18) In CHEVALDONNE (F.). - Ouvr. cité. Y voir la partie sur les données de base sur les moyens de diffusion en Algérie, notamment les tableaux 1 et 2 pp. 31-32. Calculs effectués par nous.

Histogramme E2: Répartition des femmes selon le nombre de postes TV en marche possédés par le couple.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	12	1.4	1.4	1.4
	0	120	13.8	13.8	15.2
	1	633	72.7	72.7	87.9
	2	90	10.3	10.3	98.3
	3	13	1.5	1.5	99.8
	4	2	.2	.2	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

Pour la suite de l'analyse, et compte tenu de la faiblesse des effectifs des femmes qui déclarent posséder trois ou quatre récepteurs de TV, trois niveaux d'équipement seront pris en considération:

- le niveau 0 nul: absence de récepteur TV;
- le niveau 1: possession d'un (1) seul récepteur TV;
- le niveau 2: possession de 2 récepteurs TV ou plus.

1.1.1.1. La fréquentation de la télévision ou sa diffusion brute.

La fréquentation de la télévision qui est bien évidemment absente pour toutes les femmes qui n'en ont pas eu le contact s'accroît, elle est portée de 10,9 % à 16,4% par celles qui déclarent ne "pas du tout" regarder la télévision. Au total donc, la fréquentation la télévision est en baisse de 5,5 % seulement par rapport au taux de "contact". Cette fréquentation demeure malgré tout importante.

Histogram. E3: Répartition des femmes selon la fréquentation de la télévision.

Value Label	Frequency	Percent	Cum Percent
1 Q N R	1	.1	.1
0 Pas de contact avec la TV	95	10.9	11.0
0 Ont contact TV mais ne fréqu. pas TV	48	5.5	16.6
1 Frequentent la TV	726	83.4	100.0
Total	870	100.0	

L'absence de fréquentation de la télévision sur le total des femmes qui en ont eu le "contact", est donc de (48/870) 6,2 %. Elle ne saurait de ce fait être l'apanage des seules femmes qui n'ont pas de récepteurs de télévision, comme l'illustre, évidemment, le tableau E1 ci-dessous.

Tabl. E1: Niveau d'équipement en récepteurs TV et et fréquentation de la télévision.

		E2A					
		Count	Fréquentation de la TV			Row	
		Row Pct	-1	NON	0	1	Total
Niveau éqpt en		Col Pct					
récepteurs TV							
Q N R	-1	1	1	10	12		
		8.3	8.3	83.4	1.6		
		100.0	2.1	1.4			
Nul	0		18	7	25		
			72.0	28.0	3.2		
			37.5	1.0			
1 récepteur TV	1		29	604	633		
			4.6	95.4	81.7		
			60.4	83.2			
2 récepteurs TV ou plus	1			105	105		
				100.0	13.5		
				14.4			
Column Total			1	48	726	775	
			0.1	6.2	93.7	100.0	

La proportion de femmes non pourvues de téléviseurs en marche et qui fréquentent tout de même la télévision n'est pas très négligeable. Dans le temps le poste de télévision était tellement rare que les voisins pourvus invitaient parfois ceux qui n'en avaient pas. Mais cette pratique ne risque-t-elle pas de revenir compte tenu des prix atteints par les récepteurs de télévision ?

Par ailleurs la proportion de femmes qui déclarent posséder un seul récepteur et qui ne fréquentent pas la télévision semble très peu importante. S'il paraît évident que pour une partie des femmes l'absence de fréquentation s'explique par l'absence dans le foyer d'un récepteur de télévision en marche, que ne manquera pas de faire apparaître l'histogramme E4 ci dessous, quelles seraient donc les raisons invoquées par le reste des femmes pour justifier cette absence de fréquentation de la télévision ?

20,8 % des femmes, qui ne fréquentent pas la télévision alors qu'elles en ont eu le "contact", disent éprouver un "desintérêt". Pour ces femmes l'absence de fréquentation de la télévision est volontaire. Incontestablement par contre, les

autres raisons invoquées sont d'une toute autre nature. Le "manque de temps" d'ailleurs occupe la première position: 27,1 % dans les raisons avancées pour expliquer l'absence de fréquentation de la télévision. A cette grande raison féminine s'ajoutent prioritairement des raisons économiques, dont certaines étaient attendues. Celles-ci sont rendues par "par économie", "pas de TV", "pannes TV", qui totalisent ensemble (2,1+27,1+6,3+2,1) 37,6 %. Ce n'est qu'après toutes ces raisons que la "hachma" avec 2,1 %. Les femmes qui avancent la "hachma" sont-elles les dernières porteuses de valeurs traditionnelles que la vie moderne semble bousculer de toutes parts ? S'il est manifeste que dans le cas du "désintérêt", il y a volonté personnelle de ne pas suivre les émissions de télévision, pour les trois autres raisons avancées, il apparaît, au contraire, qu'elles indiqueraient plutôt une frustration.

Histogr. E4: Repartition des femmes qui disposent d'un appareil de télévision mais qui ne fréquentent pas la télévision (ou rarement) selon les raisons déclarées.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	4	12.5	12.5	12.5
Manque Temps	1	13	27.1	27.1	39.6
Hachma	3	1	2.1	2.1	41.7
desintéret	4	10	20.8	20.8	62.5
Economie	5	1	2.1	2.1	64.6
Pas de TV	6	13	27.1	27.1	91.7
En panne	7	3	6.3	6.3	97.9
Groupe elec. en panne	8	1	2.1	2.1	100.0
	Total	48	100.0	100.0	

J.1.1.2. Le niveau d'exposition à la télévision ou sa diffusion nette.

Si pour la "diffusion potentielle" de la télévision, reflétée par le "contact avec la télévision" et la "diffusion brute", rendue quant à elle par la fréquentation générale, les taux de réponse positive sont très élevés, respectivement: 89,1 et 83,4 %, la "diffusion nette" saisie à l'aide du niveau de fréquentation introduit de sérieuses nuances. Ainsi, 58,5 % des femmes qui fréquentent la télévision déclarent suivre "régulièrement" ses émissions. A l'inverse 40,9 %

déclarent ne les suivre que "rarement". La proportion de femmes qui déclare suivre régulièrement les émissions de télévision se réduit évidemment plus encore si elle est rapportée à l'ensemble des femmes de la population cible, elle ne représenterait plus que (425/870) 48,9 % tandis que celle qui déclare les suivre rarement serait de (297/870) 34,1 %.

Histogr. E4: Répartition des femmes qui fréquentent la télévision selon l'appréciation qu'elles ont de leur niveau de fréquentation.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	5	.7	.7	.7
Rarement	1	297	40.9	40.9	41.5
Régulièrement	2	425	58.5	58.5	100.0
Total		727	100.0	100.0	

Le niveau d'exposition à la télévision ne semble que très légèrement influencé par le nombre de récepteurs de télévision possédés par le couple. En effet celles qui ne déclarent posséder qu'un seul téléviseur sont 57,8 % à fréquenter de manière régulière la télévision, tandis que celles qui en possèdent deux ou plus la fréquentent quant à

Tabl. E2: Possession de récepteurs TV et niveau d'exposition à la télévision.

		E3A				
		Niveau de fréquentation TV				
Niveau éqpt en récepteurs TV	Count				Row	
	Row Pct Col Pct	QNR	Rarement	Régulière-	Total	
		-1	1	ment 2		
Q N R	-1	1 9.1 20.0	2 18.2 .7	8 72.7 1.9	11 1.5	
NON	0		6 85.7 2.0	1 14.3 .2	7 1.0	
OUI 1 récepteur TV	1	4 .7 80.0	251 41.6 84.5	349 57.8 82.1	604 83.1	
OUI 2 ou plus	2		38 36.2 12.8	67 63.8 15.8	105 14.4	
Column Total		5 .7	297 40.9	425 58.5	727 100.0	

elles à 63,8 %, soit (63,8 - 57,8 =) 6 % de différence en faveur des secondes citées. Cette différence ne permet cependant pas d'affirmer que compte tenu de la séparation des sexes dans l'usage de la télévision, la fréquentation plus ou moins "intensive" de celle-ci par les femmes serait fonction du niveau quantitatif de l'équipement en récepteur de télévision.

1.1.1.3. Le moment d'exposition à la télévision.

Concernant les moments d'exposition à la TV, l'histogramme E7 ci-dessous fait apparaître que 86,5 % des femmes suivent les émissions diffusées en après midi ou en soirée. A l'opposé seules 0,1 % des femmes déclarent ne voir la télévision qu'en matinée, cependant 2,5 % le font à tout moment, il s'agirait là de femmes sans grandes contraintes de temps et qui seraient très friandes de la télé. Enfin 9,2 % ne déclarent pas un moment précis d'exposition, 9,2 % font dépendre, le leur, du temps qu'elles peuvent dégager de celui qu'elles réservent à leurs tâches quotidiennes, tandis qu'à l'inverse et pour seulement 0,6 %, tout dépend de l'intérêt qu'offrent les programmes de télévision eux-mêmes.

Ces différentes réponses reflèteraient trois types de logiques d'exposition à la télévision:

Histogramme E5: Répartition des femmes exposées à la télévision selon les moments d'exposition.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	8	1.1	1.1	1.1
Après midi	1	279	38.4	38.4	39.5
Soir	2	137	18.8	18.8	58.3
1+2	3	213	29.3	29.3	87.6
Tout moment	4	18	2.5	2.5	90.1
Matinée	5	1	.1	.1	90.2
Moment libre	6	67	9.2	9.2	99.4
Dépend prog	7	4	.6	.6	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	727	100.0	100.0	

- "l'exposition habitude", dans le cas de celles qui signalent des moments précis de la journée, il en est ainsi des 5 premiers cas;

- "l'exposition délasserement", pour celles qui déclarent ne voir la télévision que lorsqu'elles dégagent du temps;

entire "l'exposition critique", pour la toute petite proportion de femmes qui ne voient la télévision que si les programmes sont intéressants.

Cependant, compte tenu de la disparité des effectifs sur des moments non significatifs, il ne sera pris en considération pour la suite de l'analyse que quatre modalités:

- après-midi : 1;
- soir : 2;
- après-midi et soir 1 + 2 : 3;
- Pas précisé : 4.

Le moment de fréquentation le plus régulier est mis en évidence par le tableau E3. A la lecture verticale de ce tableau, il apparaît que l'après-midi est le moment "choisi" aussi bien pour les femmes qui fréquentent la télévision rarement que celles qui la fréquentent régulièrement, respectivement 39,1 et 37,4 %. Il faut noter que celles qui fréquentent rarement la télévision ont une propension à la

Tabl.E3: Moment de fréquentation de la télévision et niveau moment de cette fréquentation.

Moment de fréquentation	Count Row Pct Col Pct	NT			Row Total
		Niveau de fréquentation TV			
		QNR -1	Rarement 1	Régulière- ment 2	
Q N R	-1	1 12.5 20.0	6 75.0 2.0	1 12.5 .2	8 1.1
Après-midi	1	4 1.4 80.0	116 41.6 39.1	159 57.0 37.4	279 38.4
Soir	2		82 59.9 27.6	55 40.1 12.9	137 18.8
1 + 2	3		54 25.4 18.2	159 74.6 37.4	213 29.3
Pas précisé	4		39 43.3 13.1	51 56.7 12.0	90 12.4
Column Total		5 .7	297 40.9	425 58.5	727 100.0

fréquenter tardivement et pour très probablement le "manque de temps" (19) tellement caractéristique de la situation des femmes. Mais en définitive les moments de la fréquentation régulière paraissent être l'après-midi mais aussi l'après-midi combiné au soir, mais nettement moins le soir seul.

A la lecture horizontale du tableau E3, il apparaît que les femmes qui déclarent fréquenter la télévision en après-midi combinée à la soirée disent plus souvent être assidues: 74,6 % contre 57 % pour celles qui déclarent la fréquenter en après-midi exclusivement, et 56,7 % pour celles qui ne précisent pas le moment d'exposition et enfin 40,1 % pour celles en soirée exclusivement. Pour ces femmes, la fréquentation outre qu'elle est plus souvent régulière présente la particularité d'être plus longue puisqu'elle s'étale sur l'après midi et la soirée.

Tabl. E4: Niveau d'équipement en récepteurs TV et moment de fréquentation la Télévision.

Niveau eqpt en récepteurs TV	Count Row Pct Col Pct	HT Moment de fréquentation de la TV					Row Total
		Pas précis					
		QNR	Après midi	Soir	1 + 2	3 + 4	
-1	11	1		3	5	2	11
	1.5	9.1		27.3	45.5	18.2	1.5
		12.5		2.2	2.3	2.2	
0	7	2	2	1		2	7
Nul	1.0	28.6	28.6	14.3		28.6	1.0
		25.0	.7	.7		2.2	
1	604	5	226	119	178	76	604
1 récepteur TV	83.1	.8	37.4	19.7	29.5	12.6	83.1
		62.5	81.0	86.9	83.6	84.4	
2	105		51	14	30	10	105
2 récepteurs TV ou plus	14.4		48.6	13.3	28.6	9.5	14.4
			18.3	10.2	14.1	11.1	
Column		8	279	137	213	90	727
Total		1.1	38.4	18.8	29.3	12.4	100.0

(19) Il faut déplorer ici que, sur les questionnaires, les enquêtrices qui ont fait par ailleurs un excellent travail - n'aient pas mentionné les raisons avancées ou qu'auraient pu avancer les enquêtées pour expliquer la "rareté" de la fréquentation de la télévision. Cependant les rares questionnaires remplis font état du manque de temps.

Le tableau E4 ci-dessus permet de voir que le niveau d'équipement en récepteurs TV semble entraîner une distinction au niveau de la fréquentation de l'après-midi et du soir. Ainsi celles qui ne déclarent posséder qu'un seul récepteur de télévision seraient proportionnellement moins portées à fréquenter la télévision l'après midi: 37,4 % contre 48,6 % soit une différence non négligeable de 11,2 %. La première catégorie citée compense néanmoins en partie cette absence de fréquentation en après-midi par une fréquentation du soir.

Par conséquent l'équipement plus ou moins important en récepteurs TV semble - compte tenu de l'hypothèse d'une séparation des sexes face à l'usage de la télévision - correspondre à une répartition du temps d'usage de la télévision pour une partie non négligeable de femmes. Cette hypothèse doit pouvoir être confirmée ou infirmée lors le dépouillement des questionnaires "époux".

1.1.1.4. Les motivations à l'origine de la fréquentation de la télévision.

L'"origine des émissions" télévisuelles suivies par les femmes est à 79,6 % "nationale" de manière exclusive, à 0,4 % d'origine exclusivement "étrangère" et à 19,5 % d'origine "mixte" c'est à dire nationale et étrangère à la fois. Le premier constat à relever concerne la couverture par la télévision nationale de la quasi totalité des femmes qui déclarent recevoir des émissions de télévision. Le deuxième constat est relatif à l'exposition aux émissions originaires de chaînes "étrangères" que l'antenne parabolique a permis depuis la fin de l'année 88 environ (20). Au sujet de ces dernières, il peut être avancé de manière plausible qu'en moins de 5 années la proportion de femmes algériennes exposées est passée de presque 0 % à 19,9%. C'est dire que les médias étrangers ont réalisé une percée fulgurante dans l'univers "quasi intime" des Algériens . Il n'est pas fortuit de penser que ces medias étrangers vont, à l'avenir participer de

(20) La part des émissions d'origine européenne - pour ne pas dire exclusivement françaises - qui arrosent l'Algérie de leurs images, est incomparable à celle dont l'origine est soit la Tunisie soit le Maroc. Un tableau permettra ultérieurement de démontrer cela.

manière importante à la confection des opinions (et des comportements) des algériennes et des algériens sur diverses questions dont celles relatives, notamment à la procréation.

Ceci est d'autant plus vrai que les femmes qui déclarent suivre les émissions "étrangères" sont dans une proportion plus importante à déclarer prêter leur attention aux émissions plus "assidument" (tableau E5 ci-dessous) que leurs homologues branchées uniquement sur la chaîne nationale

Histogr. E6: Repartition des femmes exposées à la télévision selon l'origine des chaînes suivies.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	3	.4	.4	.4
Nationale	1	579	79.6	79.6	80.1
Etrangère	2	3	.4	.4	80.5
Mixte 1+2 (*)	3	142	19.5	19.5	100.0
	Total	727	100.0	100.0	

(*) Il s'agit d'émissions d'origines nationale et étrangère.

Le tableau E5 ci-dessous montre que la proportion des femmes qui suivent les émissions de la chaîne nationale et qui déclarent les suivre de manière régulière ne représentent que 54,6 % , contre 74,6 % pour celles qui déclarent suivre aussi bien celles de la chaîne nationale que des chaînes étrangères. A noter aussi que la petite proportion de branchées sur les émissions provenant exclusivement des "chaînes étrangères" déclarent dans leur absolue totalité suivre celles-ci régulièrement. Cette dernière catégorie - bien qu'aujourd'hui très réduite prétend-elle un boudage systématique des émissions de la chaîne nationale ? Nul ne peut répondre à cette question sans un examen approfondi des goûts des différents publics, lesquels n'ont probablement jamais fait l'objet d'études nationales sérieuses (21).

(21) Bien sur de rares échos font état d'enquêtes sur la télévision nationale et les divers publics , notamment les enfants, ou encore un sondage qui aurait été menée par le CE.N.E.A.P. pour le compte de l'E.N.T.V. . Ce dernier a d'ailleurs suscité une polémique entre le CE.N.E.A.P. et ABABSSA dans les colonnes de l'hebdomadaire Algérie Actualités. Cependant les chercheurs qui s'occupent d'Information et de Communication sont mieux placés que d'autres pour savoir que des résultats de recherche qui ne sont pas largement

Tabl. E5: Origine des chaînes de télévision suivies et niveau d'assiduité déclaré dans leur fréquentation.

Origine des émissions TV	Count Row Pct Col Pct	E3A			Row Total
		Niveau d'assiduité			
		Q N R	Rarement	Réguliè- rement	
		-1	1	2	
Q N R	-1	2 66.7 40.0	1 33.3 .3		3 .4
Nationale	1	3 .5 60.0	260 44.9 87.5	316 54.6 74.4	579 79.6
Etrangere	2			3 100.0 .7	3 .4
1+2	3		36 25.4 12.1	106 74.6 24.9	142 19.5
Column Total		5 .7	297 40.9	425 58.5	727 100.0

Le tableau E6 ci-dessous fait apparaître une meilleure corrélation entre le niveau d'équipement en récepteurs TV et l'origine des émissions suivies par les femmes. Alors que les femmes équipées d'un seul récepteur suivent à 83,3 % les émissions d'origine nationale exclusivement, contre seulement 59 % pour celles qui sont équipées de deux récepteurs ou plus, soit une différence substantielle de $(83,3 - 59,0 =) 24,3$ %. A l'inverse, $(16,2 + 0,2 =) 16,4$ % de celles qui sont équipées d'un seul téléviseur suivent les émissions d'origine étrangère, contre $(39 + 1,9 =) 40,9$ % pour celles qui en possèdent deux ou plus, soit une différence aussi importante que la précédente $(40,9 - 16,4 =) 24,5$ %. Ce résultat du reste logiquement prévisible, toutes conditions égales par ailleurs, confirmerait probablement que la séparation des sexes dans l'usage de la télévision, serait à l'oeuvre particulièrement en ce qui concerne les émissions d'origine étrangère.

COMMUNIQUES ne pourront jamais prétendre au statut de CONNAISSANCE et ne pourront par conséquent, jamais participer à l'ACCUMULATION sans laquelle toute recherche est impossible.

Tabl.E6: Niveau d'équipement en récepteurs TV et origine des émissions suivies.

Niveau éqpt en récepteurs TV	Count Row Pct Col Pct	E3C				Row Total
		Origine des émissions TV suivies				
		Q	N	R	1 + 2	
		-1	1	2	3	
Q N R	-1	1	7		3	11
		9.1	63.6		27.3	1.5
		33.3	1.2		2.1	
Nul	0		7			7
			100.0			1.0
			1.2			
1 récepteur TV	1	2	503	1	98	604
		.3	83.3	.2	16.2	83.1
		66.7	86.9	33.3	69.0	
2 récepteurs TV ou plus	2		62	2	41	105
			59.0	1.9	39.0	14.4
			10.7	66.7	28.9	
Column Total		3	579	3	142	727
		.4	79.6	.4	19.5	100.0

Les femmes qui déclarent suivre les émissions de la télévision nationale disent le faire plus souvent en après-midi: 41,1 %, tandis que celles qui déclarent suivre les émissions d'origine étrangère disent le faire plus souvent en après-midi combiné à la soirée. Ce résultat paraît somme toute logique, quand le "choix" est possible, les femmes étalent leur fréquentation dans le temps, ce qui permettrait probablement de voir la télévision nationale en après-midi et de réserver la soirée aux chaînes étrangères.

A l'inverse le problème de savoir comment se répartit le temps de fréquentation de la télévision pour les femmes qui déclarent le faire soit en après midi exclusivement soit en soirée exclusivement, alors qu'elles disent suivre en même temps suivre les émissions de la télévision nationale et celles d'origine étrangère est posé. Pour ces dernières, une chose est certaine leur temps de fréquentation de la télévision nationale est réduit par rapport à celles qui ne suivent que les émissions de la télévision nationale. Le problème concerne donc les 14,3 et 12,4 % (lecture verticale du tableau E7) qui sont branchées aussi bien sur la chaîne

nationale que sur les chaînes étrangères et déclarent fréquenter la télévision soit en après-midi exclusivement soit en soirée exclusivement, ces femmes représentent (57/727=) 7,8 % du totale des femmes qui fréquentent la télévision et (57/870=) 6,6 % de la totalité des femmes enquêtées.

Tabl.E7: Origine des émissions suivies et moment de fréquentation de la TV.

		E3D					Row Total
Count	Row Pct	Après midi	Soir	1 + 2	Imprécis		
Col Pct		-1	1	2	3	4	
E3C							
	-1	1	1			1	3
Q N R		33.3	33.3			33.3	.4
		12.5	.4			1.1	
	1	6	238	118	148	69	579
Nationale		1.0	41.1	20.4	25.6	11.9	79.6
		75.0	85.3	86.1	69.5	76.7	
	2			2	1		3
Etrangère				66.7	33.3		.4
				1.5	.5		
	3	1	40	17	64	20	142
1+2		.7	28.2	12.0	45.1	14.1	19.5
		12.5	14.3	12.4	30.0	22.2	
Column		8	279	137	213	90	727
Total		1.1	38.4	18.8	29.3	12.4	100.0

L'histogramme E7 ci-dessous permet de voir, comme il était attendu qu'un peu plus de la moitié (53,4 %) des femmes déclarent préférer les "El Moussalsalat" (séries moyen-orientales notamment, mais aussi latino-américaines traduites en arabe, d'ailleurs le terme utilisé est "El Moussalsalat el arabia", même si parfois on précise les titres des séries latino-américaines). Il faut noter cependant que la préférence va aux documentaires pour 18,6 % d'entre les femmes exposées, ce qui est appréciable, quand on sait que de nombreux documentaires portent notamment sur certaines questions liées à la croissance démographique.

Un autre regroupement des femmes paraît possible sur la base de la préférence qu'elles ont, soit pour les "émissions de délasserment", soit pour les "émissions éducatives", il y aurait alors:

- d'un côté les émissions classées, sur l'histogramme E8, aux positions 1,4,5,6,9,10 et 11 qui pourraient être considérées comme des émissions de délasserement, ce type d'émissions a la préférence de 60,8 % des femmes;

- de l'autre, les émissions classées aux positions 2,3,7 et 8 qui pourraient quant à elles être considérées comme des émissions éducatives, ce type d'émissions a la préférence de 31,2 % des femmes;

- enfin le reste des femmes (5 % auxquelles il faudrait probablement ajouter les questions non renseignés 3 %) n'a pas de préférences particulières pour un type d'émissions.

Hist. E7: Répartition des femmes exposées à la télévision selon les émissions qu'elles déclarent préférer.

Value Label	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	22	3.0	3.0	3.0
1 "El Moussaissalat"	388	53.4	53.4	56.4
2 Documentaires	135	18.6	18.6	75.0
3 Informations	83	11.4	11.4	86.4
4 Films de guerre	39	5.4	5.4	91.7
5 Variétés	7	1.0	1.0	92.7
6 Emiss. kabyles	6	.8	.8	93.5
7 Emiss. religieuses	5	.7	.7	94.2
8 Tables rondes	3	.4	.4	94.6
9 Publicité	1	.1	.1	94.7
10 Sport	1	.1	.1	94.8
11 Dessins animés	1	.1	.1	94.9
12 Indiff.	36	5.0	5.0	100.0
Total	727	100.0	100.0	

En raison de l'importance des "El Moussaissalat", le découpage suivant paraît pertinent pour la suite de l'analyse.

- El Moussaissalat 1;
- Emissions éducatives telles qu'avancées plus haut: 2;
- Diverses, constituées des émissions de délasserement et de celles non précisées: 3.

Il est intéressant de noter que la préférence pour un type d'émissions télévisuelles ne semble pas correspondre au niveau d'équipement. Ainsi les femmes ne disposant que d'un seul récepteur préfèrent dans une proportion de 53,8 % les "El Moussaissalat", tandis que cette proportion est de 53,3 % pour celles qui disposent de deux récepteurs TV ou plus. Concernant les "émissions éducatives", ces proportions sont

respectivement de 31,1 % et de 33,3 %. Enfin pour le type d'émissions qualifiées de "diverses" les proportions sont respectivement de 12,3 % et 13,3 %. Ce qui voudrait dire, en définitive, que la préférence d'un type d'émissions par les femmes qui ne disposent que d'un téléviseur n'est pas un "choix forcé", coincées qu'elles seraient par l'absence de choix.

Tabl.E8: Niveau d'équipement en récepteurs TV et type d'émissions TV préférée.

	Count Row Pct Col Pct	E3E				Row Total
		Q N R	El Mous- sasalat	Educati- ves	Diverses	
Possession récepteur TV		-1	1	2	3	
Q N R	-1	2 18.2 9.1	5 45.5 1.3	2 18.2 .9	2 18.2 2.2	11 1.5
Nul	0	3 42.9 13.6	2 28.6 .5	1 14.3 .4	1 14.3 1.1	7 1.0
1 récepteur TV	1	17 2.8 77.3	325 53.8 83.8	188 31.1 83.2	74 12.3 81.3	604 83.1
2 récepteurs TV ou plus	2		56 53.3 14.4	35 33.3 15.5	14 13.3 15.4	105 14.4
Column Total		22 3.0	388 53.4	226 31.1	91 12.5	727 100.0

Le tableau E9 ci-dessous permet de voir que les femmes qui préfèrent les "El Moussalssalat" et les émissions éducatives sont celles qui déclarent dans des proportions comparables fréquenter la télévision régulièrement, respectivement 62,1 et 60,2 %, de la même manière qu'elles sont les plus souvent assidues dans leur fréquentation que leurs homologues qui déclarent préférer les émissions classées diverses. La lecture verticale de ce même tableau permet de voir que la régularité dans la fréquentation est nettement plus du côté des femmes qui préfèrent les "El Moussalssalat" 56,7, suivies dans une moindre mesure par celles qui préfèrent les émissions éducatives 32 %, alors que celles qui préfèrent les émissions diverses n'en représentent qu'une petite

proportion: 9,4 %. Sur l'ensemble des femmes qui fréquentent la télévision, celles qui fréquentent les El Moussalssalat de manière assidue représentent (241/727=) 33,1 %, celles qui préfèrent les émissions éducatives en représentent (136/727=) 18,7 %, alors que celles qui préfèrent les émissions classées diverses n'en représentent quant à elles que (40/727=) 5,5 %. Cependant ces trois groupes de femmes rapportées à l'ensemble des femmes ne représentent plus respectivement que (241/870=) 27,7 (136/870=) 15,6 et enfin (40/870=) 4,6.

Tabl.E9: Emissions TV préférées et niveau de fréquentation de la télévision.

	Count Row Pct Col Pct	E3E			Row Total
		Q	N	R	
		Rarement	Régulière- ment		
		-1	1	2	
E3A		-----+			
	-1	1	13	8	22
Q N R		4.5	59.1	36.4	3.0
		20.0	4.4	1.9	
		-----+			
	1	4	143	241	388
El Moussalssalat		1.0	36.9	62.1	53.4
		80.0	48.1	56.7	
		-----+			
	2		90	136	226
Educatives			39.8	60.2	31.1
			30.3	32.0	
		-----+			
	2		51	40	91
Diverses			56.0	44.0	12.5
			17.2	9.4	
		-----+			
	Column	5	297	425	727
	Total	7	40.9	58.5	100.0

Le Tableau E10 ci-dessous met en évidence les moments de fréquentation des femmes selon les émissions préférées. Il apparaît, à sa lecture, que les femmes qui préfèrent les "El Moussalssalat" fréquentent la télévision plus souvent en après-midi, que la tendance des femmes qui préfèrent les émissions éducatives, à la fréquenter au même moment est beaucoup moins prononcée et que celles-ci préfèrent relativement plus l'après-midi combinée à la soirée, enfin que celles qui préfèrent les émissions diverses semblent moins portées à privilégier un moment particulier.

Le tableau E10 permet de dire, à sa lecture verticale, que l'après-midi et dans une moindre mesure l'après-midi combinée à la soirée, sont dominées par la fréquentation pour les "El Moussalssalat", que le soir, sont un peu plus le moment de fréquentation de celles qui préfèrent les émissions éducatives, enfin qu'aucun moment particulier ne semble être celui des femmes qui préfèrent les émissions diverses. Il faudrait noter par ailleurs que l'après-midi combinée à la soirée est un moment non négligeable pour celles qui préfèrent les émissions éducatives.

Tabl.E10: Emissions TV préférées et moment de fréquentation de la télévision.

Emissions préférées	Count Row Pct Col Pct	HT					Row Total
		Moment de fréquentation TV					
		QNR -1	Après- midi 1	Soir 2	1 + 2 3	Impré- cis 4	
Q N R	-1	6 27.3 75.0	5 22.7 1.8	3 13.6 2.2	2 9.1 .9	6 27.3 6.7	22 3.0
El Moussalssalat	1	1 .3 12.5	179 46.1 64.2	52 13.4 38.0	111 28.6 52.1	45 11.6 50.0	388 53.4
Educatives	2		66 29.2 23.7	61 27.0 44.5	79 35.0 37.1	20 8.8 22.2	226 31.1
Diverses	3	1 1.1 12.5	29 31.9 10.4	21 23.1 15.3	21 23.1 9.9	19 20.9 21.1	91 12.5
Column		8	279	137	213	90	727
Total		1.1	38.4	18.8	29.3	12.4	100.0

1.1.1.5. Les obstacles à la fréquentation de la télévision.

Contre toute attente, les femmes qui "ont eu le contact avec la télévision" répondent, à la question de savoir si elles peuvent voir en famille la télévision, au cas où des émissions seraient consacrées à la planification familiale, oui à 72,5 %, ce qui est tout à fait remarquable, au regard de l'agressivité supposée de la question. Quand une question pareille est posée l'enquêtée est légitimement amenée à faire

la liaison avec la question tabou de la sexualité. Et, pourtant !

Voilà donc, en grande partie, infirmée une hypothèse persistante, qui pose que, compte tenu des mentalités dominantes, il existe une ségrégation sexuelle à l'intérieur de la famille algérienne face à l'usage du média qu'est la télévision. Bien entendu les 23,1 % de femmes qui répondent par la négative, à la question posée ne sont pas du tout négligeables. Il faudrait même ajouter à ces dernières celles, que probablement la question a surprises et qui s'empêchent de répondre, et qui représentent 4,4 %, ce qui totaliserait à un peu moins du tiers des femmes exposées, soit 27,6 %. Il n'en demeure pas moins qu'elles sont tout de même minoritaires par rapport à celles qui étaient données d'avance comme négligeables.

Hist. B8: Repartition des femmes qui ont eu le contact avec la télévision selon la possibilité ou non de voir en famille les émissions consacrées à la planification familiale.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	41	5.3	5.3	5.3
OUI	1	558	72.0	72.0	77.3
NON	2	176	22.7	22.7	100.0
	Total	775	100.0	100.0	

Les raisons invoquées à l'impossibilité de voir des émissions télévisées consacrées à la planification familiale sont de trois types, dont comme prévu, la "hachma ou le "h'ya" l'emporte de loin 54,4 %. A ce type de raison peuvent aussi s'adjoindre les "questions non renseignées" (Q N R) (22) qui

(22) Dans le groupe des "questions non renseignées", sont inclus aussi bien celles où aucune mention ne figure, mais aussi celles qui sont incompréhensibles. Il est évident que l'enquêtrice, dans le cas d'une réaction gênée de l'enquêtée, finit soit par être elle même gênée et s'interdit de poser la question en cause, soit qu'elle tente vainement de traduire une réponse de l'enquêté sans grand succès ce qui donne des mentions illisibles. Par ailleurs, l'étude des rapports des enquêtrices a permis de vérifier dans une grande mesure que ces silences (Q N R) ne sont pas innocents, bien au contraire ils sont chargés de sens. Cependant il faut savoir que ces Q N R ne sont significatifs que dans la mesure où 75 % d'un questionnaire a été bien renseigné.

Histogr. E9: Répartition des femmes qui déclarent impossible de voir les émissions télévisées consacrées à la planification familiale selon l'obstacle invoqué.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	90	41.5	41.5	41.5
Hachma	1	118	54.4	54.4	95.9
Désintéret	2	2	.9	.9	96.8
Manque temps	3	4	1.8	1.8	98.6
Ne comprends pas	4	2	.9	.9	99.5
Exiguité	5	1	.5	.5	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	217	100.0	100.0	

dans ce cas, représentent une proportion bien trop importante (41,5 %) pour ne pas signifier que le groupe de femmes concerné n'a pas été dans la gêne à propos de cette question, voulant sans doute en relever le caractère saugrenu. L'autre type de raison est le "désintéret", il est avancé par seulement 1,4 % des femmes qui déclarent impossible de voir en famille les émissions consacrées à la planification familiale, là il n'est quand même pas question de gêne. Enfin le troisième et dernier type de raisons ne tient pas lui aussi à la mentalité, mais plutôt aux conditions objectives: "le manque de temps", "ne comprends pas" et "exiguité du logement", les femmes qui avancent ce type de raisons ne représentent quant à elles que 3,3 %. Il faudrait donc retenir que la "hachma" constitue, presque exclusivement, l'obstacle à la fréquentation en famille de la télévision dans le cas où des émissions sur la planification familiale seraient diffusées. La proportion de femmes empêchée par la "hachma" représente sur le total des femmes ($118/870=$) 13,6 % par défaut et ($(118+90)/870=$) 23,9 % par excès (en ajoutant les QNR). Voilà, un sérieux écueil à dépasser.

1.1.2. La radio.

1.1.2.1. L'équipement en récepteurs de radio.

L'enquête révèle à propos de la radio une évolution inverse de celle qu'a connue la diffusion de la télévision. Alors qu'en 1977-78 le nombre de ces appareils pour 1000

personnes était estimé aux environs de 166,7 (23), il n'est plus à la lumière de la présente enquête que de 86,2 %. De la même manière le nombre de radio par couple est inférieur à ce qu'il est pour les postes de télévision puisqu'il n'est que de 0,70 poste radio contre 0,98 (voir supra 1.1.1.0) pour les ap-

Histogr. E10: Répartition des femmes selon le nombre de postes radio en marche possédés par le couple.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	13	1.5	1.5	1.5
	0	303	34.8	34.8	36.3
	1	506	58.2	58.2	94.5
	2	44	5.1	5.1	99.5
	3	4	.5	.5	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

pareils de télévision. Il faudrait noter par ailleurs que 34,8 % des couples ne disposent pas de radio chez-eux comme l'indique l'histogramme E10 ci-dessus. Ces résultats sont surprenants, mais il est vrai que l'ENAF (voir note 17 p. 18, ouvr. cité même page, même tableau) en 1986 avait permis d'estimer la proportion de ménages dotés d'une radio à 63 %, alors que celle possédant des postes TV avait été de l'ordre de 76 %. Mais alors, la télévision serait-elle en voie de chasser la radio ? La question mérite d'être étudiée sérieusement.

1.1.2.2. L'écoute de la radio.

L'écoute radio serait par conséquent loin derrière la télévision, elle ne concernerait, tel que le fait apparaitre

Histogr. E11: Répartition des femmes selon l'écoute de la radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	13	1.5	1.5	1.5
Ne l'écoutent pas	0	380	43.7	43.7	45.2
Écoutent	1	477	54.8	54.8	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

(23) In CHEVALDONNE (F.) - La communication inégale. - Ouvr. cité, pp. 31-32. Calculs effectués par nous.

l'histogramme E11 ci-dessus, que 54,8 % des femmes contre 82,9 % pour la télévision (voir supra: 1.1.1.1).

L'écoute de la radio est absolument liée à la possession d'un poste. Les 100 % de femmes qui n'en ont pas ne l'écoutent pas. Il est loin le temps où un poste radio avait une valeur symbolique telle que les voisines s'invitaient pour écouter ensemble un coup. Il faudra remarquer quand même que le phénomène de la fréquentation de la télévision chez les

Tableau E3: Ecoute radio et possession de postes.

		Ecoute de la radio			
Count	Row Pct	Q N R	Non	Oui	Row
Col Pct					Total
Possession d'un poste radio		-1	0	1	
	-1	13			13
		100.0			1.5
		100.0			
Non	0		303		303
			100.0		34.8
			79.7		
Oui	1		77	477	554
			13.9	86.1	63.7
			20.3	91.9	
Column		13	380	477	870
Total		1.5	43.7	56.3	100.0

voisines a lui aussi baissé, il est rare: "notre télévision est en panne, je vois rarement celle de ma belle soeur", s'exprime une enquêtée cohabitante avec ses beaux parents. Cela illustre bien l'évolution générale de la relation entretenue avec ces objets devenus familiers en si peu de temps.

1.1.2.3. Le niveau de fréquentation de la radio.

Alors que logiquement l'écoute de la radio est moins soumise que la fréquentation de la télévision à des contraintes (elles seront examinées plus bas: 1.1.2.6.), l'histogramme E13, qui donne le niveau d'écoute de la radio, permet de constater une similitude des proportions entre les niveaux de fréquentation de l'un et de l'autre de ces médias. En effet, alors que 58,2 % déclarent écouter "régulièrement" la radio, 58,5 % déclarent suivre "régulièrement" les

émissions de télévision (voir supra: 1.1.1.2). A l'inverse, 39,2 % déclarent n'écouter que "rarement" la radio contre 40,8 % qui déclarent ne suivre que "rarement" les émissions de télévision.

Histogr. E13: Répartition des femmes exposées à la radio selon l'appréciation qu'elles donnent de leur niveau d'exposition à la radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	13	2.6	2.6	2.7
Régulièrement	1	285	58,2	58.2	60.8
Rarement	2	192	39.2	39.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	490	100.0	100.0	

1.1.2.4. Le moment d'exposition à la radio.

A l'inverse de la télévision (voir supra 1.1.1.3) vue en après midi et en soirée, la radio apparaît comme le média du matin: 77,8 % (histogramme E14 ci-dessous) des femmes déclarent écouter la radio le matin. A l'inverse celles qui déclarent le faire l'après midi ne représentent qu'une toute petite proportion 0,6 %. Il faut noter cependant que la proportion de celles qui déclarent l'écouter à "tout moment" est assez élevée 14,7, contrairement à la télévision. Il est évident que l'écoute ne présente pas les mêmes contraintes que

Histogr. E14: Répartition des femmes exposées à la radio selon le moment d'écoute.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	18	3.7	3.7	3.7
Matin	1	385	78.6	78.6	82.2
Tout moment	2	70	14.3	14.3	96.5
Moment libre	3	14	2.9	2.9	99.4
Après midi	4	2	.4	.4	99.8
Soir	6	1	.2	.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	490	100.0	100.0	

l'attention face à la télévision, par ailleurs la comparaison ne peut concerner que celles qui sont branchées à des chaînes de télévision étrangères qui émettent quotidiennement en matinee et en soirée. Enfin il faut remarquer qu'à l'inverse de celles qui écoutent "à tout moment", 3 % ne le font que quand elles ont des "moments libres".

1.1.2.5. Les motivations à l'origine de l'écoute de la radio.

L'histogramme E15 ci-dessous donne la répartition des femmes exposées selon les chaînes suivies. La quasi totalité des femmes cite des chaînes nationales, à l'exception de celles qui figurent dans la catégorie "divers" qui citent outre les chaînes nationales des chaînes étrangères: 2,7 % (la question concernait aussi les chaînes étrangères). Deux lectu-

Histogr. E15: Répartition des femmes exposées à la radio selon les chaînes qu'elles déclarent suivre.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	19	3.9	3.9	3.9
Ch 1	1	378	77.1	77.1	81.0
Ch 2	2	10	2.0	2.0	83.1
Ch 3	3	5	1.0	1.0	84.1
Ch1 + Bahdja	4	36	7.3	7.3	91.4
Divers	5	13	2.7	2.7	94.1
Mitidja	6	13	2.7	2.7	96.7
1+3	7	16	3.3	3.3	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	490	100.0	100.0	

res peuvent être faites des chiffres de l'histogr. E14. La première concerne les chaînes écoutées exclusivement, la chaîne "une" occupe de très très loin la première place avec 77,1 %, suivie modestement, mais par la néanmoins nouvelle chaîne "Mitidja" avec 2,7 % . La deuxième lecture qui prend en compte l'écoute mixte de deux ou plusieurs chaînes révèle d'une part que la chaîne "une" est écoutée par 87,7 % des femmes exposées, tandis que l'autre nouvelle chaîne "El Bahdja" (couplée avec la chaîne "une") paraît, elle aussi, avoir du succès puisqu'elle occupe la seconde position avec 7,3 %. Enfin la chaîne trois (couplée en grande partie avec la chaîne une) occupe la troisième position avec 4,3 %.

Les préférences des femmes dans leur écoute de la radio vont, comme l'indique l'histogramme E16 ci-dessous, vers les chants 55,1 %, ce qui expliquerait sans doute que l'écoute de la radio pose moins de contraintes à l'accomplissement de leurs diverses tâches. La rubrique santé et cuisine (24) avec 21 % occupe la seconde position. La troisième position est

(24) Cette rubrique, chargée d'ambiguïtés, que l'agent chargé du dépouillement a pris l'initiative de la créer, va être revue à l'occasion de la publication du rapport final.

occupée par "l'indifférence aux titres des émissions", il s'agirait là de femmes qui utiliseraient la radio comme productrice d'un "bruit de fond" qui leur est habituel.

Histogr. E16: Répartition des femmes exposées à la radio selon les émissions radio qu'elles déclarent préférer.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	33	6.7	6.7	6.7
Chants	1	270	55.1	55.1	61.8
Santé Cuisine	2	103	21.0	21.0	82.9
Informations	3	19	3.9	3.9	86.7
Religion	4	8	1.6	1.6	88.4
Theatre	5	8	1.6	1.6	90.0
Indifférente	7	49	10.0	10.0	100.0
	Total	490	100.0	100.0	

1.1.2.6. Les obstacles à l'écoute de la radio.

Les raisons avancées par les les femmes - qui disposent d'une radio au moins mais qui ne l'écoutent "pas du tout" (ou en partie celles qui l'écoutent "rarement") - à leur empêchement de suivre les émissions de la radio, sont de deux types (histogramme E17 ci-dessous). Le premier type exprime un rejet de la radio, par "désintérêt" tout simplement, ou à cause de la préférence pour le "calme" ou enfin pour éviter les "maux de tête" que provoque l'écoute de la radio. Les femmes qui évoquent ces 3 raisons représentent 28 % . Le deuxième type de raisons exprime quant à lui une frustration,

Histogr. E17: Répartition des femmes non exposées à la radio selon les empechement qu'elles invoquent.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
N R	-1	21	25.6	25.6	25.6
Manque de temps	1	30	36.6	36.6	62.2
Désintéret	4	16	19.5	19.5	81.7
Ne comprend pas	3	7	8.5	8.5	90.2
Maux de tête	2	6	7.3	7.3	97.5
Aime le calme	5	1	1.2	1.2	98.8
Empêché par enfants	6	1	1.2	1.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

Il s'agit de: "manque de temps", ou "ne comprends pas" ou "empêchée par les enfants". Les femmes qui avancent ce deuxième type de raisons représentent une proportion beaucoup

plus importante 46.3 %. Ces dernières voudraient bien écouter (ou écouter plus souvent) si ce n'étaient leurs conditions objectives: Trop grandes occupations et incapacité à déchiffrer les messages émis.

Bien que la question de la possibilité ou non d'écouter les émissions radiophoniques ait été posée de manière générale et non comme cela a été le cas pour la télévision (voir supra 1.1.1.5) qui elle, a concerné les émissions télévisuelles por-

Histogr. E18: Repartition des femmes selon qu'elles déclarent pouvoir ou non entendre les émissions en famille.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	1	23	4.3	4.3	4.3
Oui	1	417	78.8	78.8	83.2
Non	2	89	16.8	16.8	100.0
	Total	529	100.0	100.0	

tant sur la planification familiale, l'histogramme E18 ci-dessus permet de voir que l'écoute de la radio peut se faire dans une grande mesure en famille.

La "hachma" qui pourrait empêcher l'écoute de la radio en famille, n'intervient que pour 24,8 %, tandis qu'elle intervenait pour 55,9 % pour la télévision. Même si - comme pour la question sur la télévision - on pourrait ajouter en grande partie les non réponses, le résultat serait le même. Les raisons qui empêchent l'écoute de la radio sont plus simplement et souvent (26,5 %) "je suis seule à la maison", ou le "manque de temps" et "empêchée par les enfants" pour 7,7 %.

Histogr. E19: Repartition des femmes selon les raisons invoquées à l'impossibilité d'écouter en famille les émissions radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	1	46	39.3	39.3	39.3
"Hachma"	1	29	24.8	24.8	64.1
Seule a maison	2	31	26.5	26.5	90.6
Empêchée par enfants	3	2	1.7	1.7	92.3
Ne comprend pas	4	1	.9	.9	93.2
Manque temps	5	7	6.0	6.0	99.1
N S F	6	1	.9	.9	100.0
	Total	117	100.0	100.0	

1.1.2. La diffusion combinée de la télévision et de la radio.

A la lecture de l'histogramme E20, issu du croisement des niveaux d'équipement en récepteur de TV et/ou de radio, il apparait que la proportion de femmes qui déclare ne pas posséder de récepteur de télévision qui est de 13,8 %, ne compense que dans une proportion de $(13,8-9,7=)$ 4,1 % ce manque d'équipement par un équipement radio.

Histogr. E20: Equipement en récepteurs de tv et / ou de radio

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	3	.3	.3	.3
- Ni radio ni TV	0	84	9.7	9.7	10.0
- 1 radio ou plus	1	45	5.2	5.2	15.2
- 1 TV seule	2	215	24.7	24.7	39.9
- Plus d'1 TV seules	3	14	1.6	1.6	41.5
- 1 TV et 1 radio ou +	4	418	48.0	48.0	89.5
- Plus d'une TV et 1 radio ou plus	5	91	10.5	10.5	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

De la même manière il n'existe pas de compensation de l'absence d'exposition à la télévision par une exposition à la radio ? L'histogramme E21 ci-dessous permet d'observer que les femmes qui ne sont pas exposées à la télévision, ne sont exposées à la radio que dans une proportion de 4 %, ce qui est très peu. L'inverse ne se fait pas dans les mêmes proportions puisque presque un tiers des femmes (32,6 %) sont exposées à la télévision et ne sont pas exposées à la radio. Il n'y donc pas substitution de la radio à la télévision et réciproquement, la radio semble plutôt s'ajouter à la télévision.

Hist. E21: Frequantation de la télévision et/ou écoute radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	3	.3	.3	.3
- Aucun	0	106	12.2	12.2	12.5
- Radio seule	1	35	4.0	4.0	16.6
- TV seule	2	284	32.6	32.6	49.2
- TV et radio	3	442	50.8	50.8	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

L'absence de fréquentation des moyens de communication de masse ne s'abaisse par conséquent que légèrement de ce qu'elle était pour la télévision, passant de 16,4% à 12,2% (25).

Hist. E22: Niveau d'exposition à la télévision et/ou à la radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	5	.6	.6	.6
- Aucun	0	106	12.2	12.2	12.8
- Rarement Radio (R)	1	17	2.0	2.0	14.7
- Rarement (Rar) TV	2	141	16.2	16.2	30.9
- Régulièrement Radio	3	20	2.3	2.3	33.2
- Régulièrement (Reg) TV	4	141	16.2	16.2	49.4
- Rar. R et Rar. TV	5	93	10.7	10.7	60.1
- Rég. R et Rar. TV	6	63	7.2	7.2	67.4
- Rar. R et Rég. TV	7	82	9.4	9.4	76.8
- Rég. R et Rég. TV	8	202	23.2	23.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

La compensation est par contre meilleure lorsqu'on examine les niveaux d'exposition aux deux médias. L'histogramme E22 ci-dessus permet de voir l'absence ou la rareté de l'exposition à la télévision est compensée par une régularité de l'exposition à la radio pour $(2,3 + 7,2 =) 9,5\%$. D'un autre côté il peut être avancé que la rareté de l'exposition à la radio, qui s'ajoute à la rareté de l'exposition à la télévision augmente de toutes manières l'exposition générale aux deux médias, c'est le cas des femmes dont les niveaux d'exposition aux deux médias figurent sous le numéro 5 de l'histogramme E22 ci-dessus et qui représentent $10,7\%$ de la population cible.

Quant aux moments d'exposition, l'histogramme E23 ci-dessous permet de voir comme prévu que l'exposition aux deux médias est accrue du fait que ces moments ne se chevauchent que rarement. Le matin étant le moment de la radio, tandis que l'après-midi et soirée sont généralement réservés à la

(25) L'enquête ne cherche pas à savoir si cette partie de la population qui n'est pas eu de contact avec la télévision et qui ne fréquente pas la radio - a ou non jamais fréquenté par le passé la radio. Des indications très intéressantes sur l'absence de réception ou les brouillages consécutifs à la perturbation des fréquences par les antennes paraboliques, ont été effacés de ce premier dépouillement rapide. Nous y reviendrons.

télévision. Cette distribution ne devrait pas être étrangère aux occupations ménagères des femmes.

Hist. E23: Moments d'exposition à la télévision et/ou à la radio.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	8	.9	.9	.9
- Aucun	0	106	12.2	12.2	13.1
- Matin (M) Radio (R)	1	22	2.5	2.5	15.6
- Pas précis (PP) R	2	15	1.7	1.7	17.4
- Après-midi (APM) TV	3	100	11.5	11.5	28.9
- Soir (S) TV	4	67	7.7	7.7	36.6
- APM + soir TV	5	83	9.5	9.5	46.1
- PP TV	6	34	3.9	3.9	50.0
- M Radio+ APM TV	7	150	17.2	17.2	67.2
- M Radio+ S TV	8	58	6.7	6.7	73.9
- M Radio+ APM+S TV	9	108	12.4	12.4	86.3
- M Radio+ PP TV	10	47	5.4	5.4	91.7
- PP Radio+ APM TV	11	29	3.3	3.3	95.1
- PP Radio+ S TV	12	12	1.4	1.4	96.4
- PP Radio+ APM+S TV	13	22	2.5	2.5	99.0
- PP Radio+ PP TV	14	9	1.0	1.0	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

Enfin les motivations quant à la fréquentation de la télévision et/ou de la radio figurent sur l'histogramme E24 ci-dessous.

Hist. E24: Type d'émission de télévision et/ou de radio préférées

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	20	2.3	2.3	2.3
- Aucun	0	106	12.2	12.2	14.5
- Délassement (D) Radio	1	34	3.9	3.9	18.4
- El Moussaissalat (M)	2	148	17.0	17.0	35.4
- Délassement (D) TV	3	55	6.3	6.3	41.7
- Educatives (ED) Radio	4	5	.6	.6	42.3
- Educatives (ED) TV	5	84	9.7	9.7	52.0
- D Radio + M TV	6	171	19.7	19.7	71.6
- D Radio + D TV	7	29	3.3	3.3	74.9
- D Radio+ ED TV	8	93	10.7	10.7	85.6
- ED Radio+ M TV	9	69	7.9	7.9	93.6
- ED Radio+ D TV	10	7	.8	.8	94.4
- ED Radio+ ED TV	11	49	5.6	5.6	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

1.1.3. La presse écrite.

La lecture de la presse écrite est sans doute influencée par les progrès de l'alphabétisation et par l'accroissement considérable du nombre de journaux, revues et magazines nés après que le Code de l'information, issu de la Constitution de février 1989, ait codifié la "liberté de la presse" écrite (26).

L'histogramme E25 ci-dessous montre que seuls 21,1 % des femmes lisent la presse écrite. CHEVALDONNE dont l'ouvrage a été cité, évalue à 3 % la lecture de la presse par les femmes du milieu rural algérien en 1970-71 (27). Même s'il s'agit ici d'un échantillon des femmes mariées de toute l'Algérie du nord, et de milieux confondus, on peut avancer qu'il y a eu une évolution depuis, même si elle a été lente.

Histogr. E25: Repartition des femmes selon la lecture de la presse.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	5	.6	.6	.6
Ne lisent pas la presse	0	548	78.3	78.3	78.9
Lisent la presse	1	184	21.1	21.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

La question de la lecture de la presse, qui n'a été posée qu'aux femmes alphabétisées, a recueilli les réponses figurant sur l'histogramme E26 ci-dessous. Les femmes estimant lire régulièrement la presse représentent une proportion de 18,9 %, tandis que celles qui pensent ne lire que "rarement" représentent 38,2 %. Au total, celles qui estiment pratiquer la lecture sans distinction de niveau d'assiduité représentent: 18,9+38,2 soit 57,1 %. A l'inverse, celles qui déclarent ne "pas du tout" lire la presse représentent 41,3 % de l'ensemble des femmes alphabétisées.

(26) BRAHIM (Brahimi) . - Le champ médiatique algérien. - In: El Watan des 2-3 mai 1993. L'auteur note, dans cet article qu'à la "fin de 1991, on comptait 4 projets de télévisions (partis politiques et secteur privé) et une vingtaine de projets de radios". Dans les faits donc, la liberté de presse instituée concerne seulement la presse écrite.

(27) CHEVALDONNE (F.) - La communication inégale. - Ouvr. cité, p. 108.

Histogr. E26: Répartition des femmes alphabétisées selon l'appréciation qu'elles donnent de leur exposition à la presse écrite.

E9A		Lecture presse			
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	5	1.6	1.6	1.6
Regulièrement	1	61	18.9	18.9	20.5
Rarement	2	123	38.2	38.2	58.7
Pas du tout	3	133	41.3	41.3	100.0
Total		322	100.0	100.0	

Par ailleurs à la question de savoir si les femmes analphabètes avait l'habitude de se faire lire les jouraux, 10,6 % ont répondu psitivement.

Histogr. E27: Répartition des femmes analphabètes selon qu'elles déclarent ou non se faire lire la presse écrite.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	130	23.7	23.7	23.7
Oui	1	58	10.6	10.6	34.3
Non	2	360	65.7	65.7	100.0
Total		548	100.0	100.0	

La part des femmes alphabétisées qui ne lisent "pas du tout" la presse (ou de celles plus rarement qui estiment que leur pratique de la lecture est insuffisante) avancent en grande partie le "manque de temps" 34,2 % comme raison pour

Histogr. E28: Répartition des femmes alphabétisées et ne lisant pas la presse selon les raisons qu'elles invoquent pour ne pas la lire.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	29	19.9	19.9	19.9
Difficultés	1	25	17.1	17.1	37.0
Manque temps	2	50	34.2	34.2	71.2
Pas achetés	3	23	15.8	15.8	87.0
Désintéret	4	17	11.6	11.6	98.6
Chèreté	5	1	.7	.7	99.3
Refus mari	6	1	.7	.7	100.0
Total		146	100.0	100.0	

expliquer qu'elles ne lisent pas ou les "difficultés" 17,1 %. Ces "difficultés" ne sont pas spécifiées, mais on peut avancer qu'il s'agit là de femmes faiblement alphabétisées qui

n'auraient pas entretenu leur niveau d'instruction très vraisemblablement par "manque de temps", et qui auraient perdu au fur et à mesure leur capacité de lire (28). Il faudrait ajouter à ces deux premières raisons, "journaux pas achetés", ou leur "chèreté" ou enfin le "refus du mari" pour avoir une idée de la frustration que subissent les femmes qui ont acquis un niveau d'instruction et qui voudraient elles aussi lire la presse: 68,5 % . A l'inverse 11,6 % des femmes alphabétisées seulement déclarent simplement ne pas lire la presse par "désintérêt".

Histogr. E29: Répartition des femmes alphabétisées qui lisent la presse selon les titres lus.

Value	Label	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
-1	Q N R	16	8.5	8.5	8.5
1	A Chourouq	29	15.3	15.3	23.8
2	Le Soir d'Algérie	19	10.1	10.1	33.9
3	Moudjahid	17	9.0	9.0	42.9
4	El Massa	15	7.9	7.9	50.8
4	El Khabar	15	7.9	7.9	58.7
6	Horizons	12	6.3	6.3	65.0
7	Sayidati	9	4.8	4.8	69.8
8	E Chaâb	8	4.2	4.2	74.0
9	Djounhouria	7	3.7	3.7	77.7
10	El Watan	6	3.2	3.2	80.9
10	Matin	6	3.2	3.2	84.1
12	Enasr	5	2.6	2.6	86.7
13	Liberté	3	1.6	1.6	88.3
14	Algérie actualités	2	1.1	1.1	89.4
14	Haoua	2	1.1	1.1	90.5
15	El 'Aqida	1	.5	.5	91.0
15	El Mounquid	1	.5	.5	91.5
15	Essayed	1	.5	.5	92.0
15	Essalem	1	.5	.5	92.6
	Divers	12	6.3	6.3	98.9
	Indéterminé (*)	2	1.1	1.1	100.0
	Total	189	100.0	100.0	

(*) Il s'agit là d'une réponse incomplète. Alors qu'il était question de presse les femmes qui figurent sous cette rubrique répondent, à la place d'un titre de presse, "je lis le Qoran". Vérification faite, il ne s'agit pas d'un biais commis par une enquêtrice, puisque ces 2 femmes sont de régions très éloignées et qu'elles ont été enquêtées par deux enquêtrices différentes.

(28) Voir à ce sujet HADDAB (M.). - Education et modernisation rurale. - In: l'école en milieu rural. - Alger, CREA, 1982. -

L'histogramme E29 ci-dessus qui ne traite la question posée aux femmes que sur la base du premier titre préféré par elles sur les trois prévus par l'enquête, reflète bien les chiffres des tirages de la presse écrite (29). Ainsi, les femmes préféreraient l'hebdomadaire "A Chourouq" avec 15,3 %, tandis que le soir d'Algérie, quotidien (30) occupe la seconde position avec 10,1 % .

Divers traitements peuvent être faits de cette classification des préférences des femmes pour les titres de la presse (traitements qui seront faits ultérieurement). Il en va ainsi, à titre d'exemple, de la distinction de cette presse selon l'origine des émetteurs: gouvernement /partis / indépendants...Ci-dessous (histogr. E30) , une classification selon la langue du titre de presse est fournie.

Dans l'ensemble - et cela était un résultat attendu compte tenu de la langue d'enseignement de la plupart des femmes - les femmes lisant la presse arabophone sont propor-

Histogr. E30: Répartition des femmes alphabétisées qui lisent la presse selon la langue des titres lus.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	16	8.5	8.5	8.5
Presse arabophone	1	96	50.8	50.8	42.3
Presse francophone	2	65	34.4	34.4	76.7
Divers	3	12	6.3	6.3	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	548	100.0	100.0	

(29) BRAHIM (Brahimi) . - Le champ médiatique algérien. - In: El Watan des 2-3 mai 1993. L'auteur dit: "...Certains journaux ont eu beaucoup de succès parce qu'ils s'intéressent aux faits divers... Le soir d'Algérie prend la tête du peloton dans le domaine de la presse quotidienne. (Un autre journal spécialisé dans la presse du coeur et le sensationnel aura également du succès: il s'agit de l'hebdomadaire *Al Chourouq* publié en arabe qui atteindra en 1992, un tirage de 200.000 exemplaires)".

(30) *Le soir d'Algérie* tirerait à 110.000 exemplaires selon BRAHIM (B.) In: article cité précédemment.

Pour arriver à juger de l'exposition à la presse, une enquête fine devrait séparer entre presse quotidienne et presse hebdomadaire et éventuellement mensuelle ...etc... Il est en effet patent que l'intensité de l'exposition à la presse est différente selon que la périodicité des lectures est rapprochée ou éloignée.

tionnellement plus importantes, elles représentent 50,8 %, contre seulement 34,4 % qui lisent la presse arabophone. Il faut noter que 6,3 % n'ont pas pu être classées du fait qu'elles ne signalent pas de titre précis

Cependant, le tableau E11 ci-dessous fait apparaître que celles qui ont des préférences pour les titres francophones déclarent à 44,6 % lire régulièrement cette presse, tandis que celles qui lisent la presse arabophone ne

Tableau E12: Langue de la presse écrite lue et assiduité déclarée.

		Niveau d'assiduité			
"Type de presse"		Q N R	Régulière- 1	Rarement 2	Row Total
E9C					
	1	5		11	16
Q N R		31.3		68.8	8.5
		100.0		8.9	
	1		28	68	96
Arabo- phone			29.2	70.8	50.8
			45.9	55.3	
	2		29	36	65
Franco- phone			44.6	55.4	34.4
			47.5	29.3	
	3		4	8	12
Divers			33.3	66.7	6.3
			6.6	6.5	
Column		5	61	123	189
Total		2.6	32.3	65.1	100.0

déclarent quant à elles être régulières que dans une proportion de 29,2 %. L'assiduité est donc du côté des femmes qui lisent les titres francophones. C'est un résultat curieux (31), et qui mérite d'être mieux cerné grâce à des enquêtes très pointues, mais pas nécessairement lourdes.

Concernant les rubriques préférées, un dépouillement plus précis doit avoir lieu pour préciser les contenus de chacune d'elles. Tel qu'il est, il offre néanmoins, une idée

(31) Pour les femmes surtout...mais somme, toute prévisible pour l'ensemble de la population. Le problème du boudage de la presse arabophone par rapport à la presse francophone a souvent été évoqué. Voir BRAHIMI (B.). - Le droit à l'information: principes et réalités. - In: L'Algérie et la modernité. - Dakar, Editions du CODESRIA, 1989. - 295 p. p.251.

différente de celle qui était répandue: à savoir que les femmes ne seraient intéressées que par des problèmes qu'on qualifie de "strictement féminins". Les rubriques recherchées par les femmes dans la presse sont plus portées sur "culture/société" et "politique" que sur "horoscope", "santé /cuisine", la première centre captant pas moins de 67,3%, alors que le second n'arrive à recueillir que 17,4 % des lectrices.

Histogram. E31: Repartition des femmes exposées de manière directe ou indirecte à la presse selon rubriques préférées.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	25	10.3	10.3	10.3
Culture / société	1	109	45.0	45.0	55.3
Politique	2	54	22.3	22.3	77.6
Pub Horoscope	3	20	8.3	8.3	85.9
Santé / Cuisine	4	22	9.1	9.1	95.0
Diverses	5	10	4.1	4.1	99.2
Religion	6	2	.8	.8	100.0
Total (*)		242	100.0	100.0	

(*) Dans ce total sont bien sur incluses les femmes qui se font lire les journaux.

1.1.4. La diffusion combinée de la TV Radio et presse écrite.

Seule une proportion de 2,1 % de femmes ne fréquentant pas la télévision, déclarent lire les journaux (tableau E13),

Tableau E13: Exposition à la télévision et lecture de presse.
Lecture de la presse

Exposition a la TV	Count Row Pct Col Pct	Lecture de la presse			Row Total
		Q N R	NON	OUI	
Q N R	1	1 20.0 20.0	4 80.0 .6		5 .6
NON	0	1 .7 20.0	139 97.2 20.4	3 2.1 1.6	143 16.4
OUI	1	3 .4 60.0	538 74.5 79.0	181 25.1 98.4	722 83.0
Column Total		5 .6	681 78.3	184 21.1	870 100.0

tandis que 79 % de femmes ne lisant pas les journaux fréquentent la télévision. Là aussi on est loin de la compensation entre les deux moyens. L'avantage que présente la télévision est évidemment qu'elle a les moyens de s'adresser à des analphabètes par l'image, tandis que la lecture même de la presse écrite la plus "populaire" est absolument conditionnée par l'acquisition de rudiments de lecture. Là aussi la presse écrite semble s'ajouter à la télévision et non se substituer à elle en son absence.

Avec une proportion aussi faible de compensation entre les deux moyens, la part des femmes qui ne sont exposées ni à l'un ni à l'autre de ces moyens se maintient presque au niveau de ce qu'elle était pour la télévision, passant ainsi très légèrement de 16,4 % à 16 %.

Avec la radio la proportion de femmes qui lisent la presse et qui déclarent ne pas écouter la radio est relativement plus élevée 13,2 % que précédemment. A l'inverse, la radio était moins fréquentée que la télévision, la proportion de femmes qui déclarent ne pas lire les journaux et écouter la radio est cette fois seulement de 50,4 %.

Tableau E14: Ecoute radio et lecture de presse.

		Lecture de la Presse			
		Count			
Ecoute Radio	Row Pct	Q N R	NON	OUI	Row
	Col Pct				Total
		-1	0	1	
Q N R	-1	2	9	2	13
		15.4	69.2	15.4	1.5
		40.0	1.3	1.1	
NON	0	1	329	50	380
		.3	86.6	13.2	43.7
		20.0	48.3	27.2	
OUI	1	2	343	132	477
		.4	71.9	27.7	54.8
		40.0	50.4	71.7	
Column		5	681	184	870
Total		.6	78.3	21.1	100.0

Cependant ce qu'il faut noter, c'est que si l'examen devait se limiter à l'étude des relations entre les fréquentations par les femmes de ces deux moyens de communication, il

apparaîtrait bien vite qu'une proportion conséquente de femmes 37,8 % ne sont exposées ni à l'un ni à l'autre de ces moyens, et ceci en raison de la fréquentation réduite de l'un et de l'autre, mais aussi de faiblesse de la compensation entre l'un et l'autre.

L'examen simultané des réponses aux différentes questions sur la fréquentation par les femmes des trois moyens de communication de masse étudiés, donne les résultats figurant sur l'histogramme E32 ci-dessous. Ces derniers permettent de remarquer que, la proportion des femmes, qui ne sont exposées à aucun des médias ne baisse que légèrement par rapport à ce qu'elle était pour la télévision; celle-ci passe de 16,4 % pour la télévision à 12,1% pour les trois médias. C'est dire que la compensation d'exposition des femmes entre les différents moyens qui était logiquement attendue, ne s'est pas traduite dans les faits. Les femmes sont, par conséquent, dans une proportion de 12,1 %, à être totalement coupées de tous les moyens de communication de masse (33).

La combinaison de la fréquentation des deux moyens de communication que sont la télévision et la radio est celle qui concerne un peu plus du tiers des femmes (35,9) et c'est elle qui est la plus répandue. Il faudra relever que la fréquentation des trois moyens à la fois n'est le fait que de 14,9 % et qu'elle occupe la troisième position.

Une autre lecture de ces chiffres permet de dire que le "top" de l'exposition (3 médias à la fois) concerne 14,9 %, l'exposition relativement moyenne (2 médias à la fois) concerne quant à elle 41,7 %, la faible exposition (un seul média) concerne 30,7, enfin l'exposition nulle concerne comme il a été déjà avancé 12,1 % des femmes. Mais il s'agit là d'une des lectures possibles. Celle qui vient d'être faite pêche par son a-priori quantitativiste. Bien évidemment si le croisement de telles catégories donne des pistes il ne serait pas mauvais à

(32) Dans cette approche de l'exposition aux 3 médias de manière simultanée, nous n'avons pas tenu compte du niveau de cette exposition tel qu'apprécié par les femmes. Il suffit que la femme n'ait pas répondu "pas du tout" à la question de savoir si elle fréquente un média pour qu'elle figure comme exposée.

tenter. Pour le moment, il est préférable de garder tel quelle la catégorisation.

Histogramme E32: Répartition des femmes selon l'exposition aux trois médias.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	3	.3	.3	.3
AUCUN	0	105	12.1	12.1	12.4
Radio seule (R)	1	33	3.8	3.8	16.2
Télévision seule (TV)	2	233	26.8	26.8	43.0
Journaux seuls (J)	3	1	.1	.1	43.1
TV + R	4	312	35.9	35.9	79.0
R + J	5	2	.2	.2	79.2
TV + J	6	51	5.9	5.9	85.1
TV + R + J	7	130	14.9	14.9	100.0
Total		870	100.0	100.0	

L'histogramme E33 ci-dessous donne les niveaux d'exposition aux trois médias.

Hist. E33: Niveau d'exposition aux trois médias.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	5	.6	.6	.6
- Aucun	0	105	12.1	12.1	12.6
- Rarement Radio (R)	1	16	1.8	1.8	14.5
- Rarement (Rar) TV	2	127	14.6	14.6	29.1
- Régulièrement Radio	3	19	2.2	2.2	31.3
- Régulièrement (Rég) TV	4	104	12.0	12.0	43.2
- Rar. R et Rar. TV	5	73	8.4	8.4	51.6
- Rég. R et Rar. TV	6	47	5.4	5.4	57.0
- Rar. R et Rég. TV	7	50	5.7	5.7	62.8
- Rég. R et Rég. TV	8	140	16.1	16.1	78.9
- Rarement journaux (J)	9	1	.1	.1	79.0
- Rar R et Rar J	11	1	.1	.1	79.1
- Rar TV et Rar J	12	13	1.5	1.5	80.6
- Rég R et Rar J	13	1	.1	.1	80.7
- Rég TV et Rar J	14	31	3.6	3.6	84.3
- Rar R+ Rar TV+ Rar J	15	14	1.6	1.6	85.9
- Rég R+ Rar TV+ Rar J	16	11	1.3	1.3	87.1
- Rar R+ Rég TV+ Rar J	17	14	1.6	1.6	88.7
- Rég R+ Rég TV+ Rar J	18	37	4.3	4.3	93.0
- Rar TV+ Rég J	20	1	.1	.1	93.1
- Rég TV+ Rég J	22	6	.7	.7	93.8
- Rar R+ Rar TV+ Rég J	23	6	.7	.7	94.5
- Rég R+ Rar TV+ Rég J	24	5	.6	.6	95.1
- Rar R+ Rég TV+ Rég J	25	18	2.1	2.1	97.1
- Rég R+ Rég TV+ Rég J	26	25	2.9	2.9	100.0
Total		870	100.0	100.0	

L'histogramme E33, ci-dessous donne les préférences par type des émissions télévisées et /ou radiophoniques et/ou des articles de presse écrite.

Hist. E.33: Type d'émissions radio et/ou de télévision et/ou rubriques de presse écrite préférées.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
- Q N R	-1	55	6.3	6.3	6.3
- Aucun	0 (*)	71	8.2	8.2	14.5
- Délassement (D) Radio	1	32	3.7	3.7	18.2
- El Moussalssalat (M)	2	118	13.6	13.6	31.7
- Délassement (D) TV	3	45	5.2	5.2	36.9
- Educatives (ED) Radio	4	4	.5	.5	37.4
- Educatives (ED) TV	5	55	6.3	6.3	43.7
- D Radio + M TV	6	125	14.4	14.4	58.0
- D Radio + D TV	7	24	2.8	2.8	60.8
- D Radio+ ED TV	8	49	5.6	5.6	66.4
- ED Radio+ M TV	9	49	5.6	5.6	72.1
- ED Radio+ D TV	10	3	.3	.3	72.4
- ED Radio+ ED TV	11	26	3.0	3.0	75.4
- M TV+ Délassement J	15	6	.7	.7	76.1
- D TV+ D J	16	2	.2	.2	76.3
- ED TV+ D J	18	3	.3	.3	76.7
- D Radio+ M TV+ D J	19	8	.9	.9	77.6
- D Radio+ ED TV+ D J	21	3	.3	.3	77.9
- ED Radio+ M TV+ D J	22	4	.5	.5	78.4
- ED Radio+ ED TV+ D J	24	4	.5	.5	78.9
- D Radio+ ED J	25	2	.2	.2	79.1
- M TV+ ED J	26	24	2.8	2.8	81.8
- D TV+ ED J	27	8	.9	.9	82.8
- ED Radio+ ED J	28	1	.1	.1	82.9
- ED TV+ ED J	29	26	3.0	3.0	85.9
- D Radio + M TV+ ED J	30	38	4.4	4.4	90.2
- D Radio + D TV+ ED J	31	5	.6	.6	90.8
- D Radio+ ED TV+ ED J	32	41	4.7	4.7	95.5
- ED Radio+ M TV+ ED J	33	16	1.8	1.8	97.4
- ED Radio+ D TV+ ED J	34	4	.5	.5	97.8
- ED Radio+ ED TV+ ED J	35	19	2.2	2.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

(*) Ces effectifs et proportions réduites ne doivent pas étonner, car ils concernent pour la presse écrite aussi bien les lectrices directes de la presse écrite, que celles qui se la font lire.

1.1.5. Les campagnes passées sur la planification familiale.

Les femmes exposées qui répondent positivement à la question de savoir si des émissions soit télévisuelles, soit radiophoniques ou encore des articles, portant sur la

planification familiale auraient retenu leur attention, ne représentent pas une grande proportion 6,2 % seulement. Cependant, il faudrait noter, que la lecture de l'histogramme E26 ci-dessous laisse apparaître, que la proportion de questionnaires non renseignés (Q N R) est assez conséquente: 17,5 %. Ce constat amène à s'interroger si réellement cette question a été posée, ou si simplement la sollicitation de la mémoire des enquêtées sur cet aspect s'est avérée difficile, auquel cas il s'agirait plutôt de "non réponses" qui s'apparenteraient à une réponse négative (21).

Histogr. E34: Répartition des femmes exposées aux médias selon que, des émissions, ou articles sur la planification familiale, aient retenu ou non leur attention.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	134	17.5	17.5	17.5
Oui	1	47	6.2	6.2	23.7
Non	2	584	76.3	76.3	100.0
	Total	765	100.0	100.0	

Le tableau E15 permet de voir que l'exposition à la télévision associée à la radio qui regroupe 40 % des femmes exposées, ne paraît avoir donné lieu à des souvenirs sur des émissions, ou articles consacrés la planification familiale, qu'à 4,9 % des femmes déclarant avoir eu l'attention retenue par des émissions de ce type. La proportion par contre triple pour celles qui sont exposées aux trois médias: 14,6 %. Elle est aussi relativement intéressante au niveau de celles qui sont branchées sur la télévision en même temps qu'elles pratiquent la lecture de la presse: 11,8 %.

Au delà du fait que celles qui réussissent le meilleur score appartiennent au groupe qui est quantitativement le plus

(33) Aux enquêtrices la directive de ne rien suggérer avait été recommandée. (voir annexes)

Le résultat est bien sûr sévère pour celles et ceux qui s'activent dans la communication sociale autour de la planification familiale. Il a été en partie voulu et en partie involontaire: contraintes de budget et de temps pour l'enquête. Défaillances... Dans toutes les enquêtes de ce type on distingue entre les réponses spontanées et les réponses qui font suite à une suggestion. Pour plusieurs raisons donc, le risque a été pris de ne rien suggérer du tout à l'enquêtée.

exposé, il apparaît que le dénominateur commun, entre les deux groupes qui réalisent les meilleurs scores, est la lecture des

Tabl. E15: Répartition des femmes selon l'exposition aux trois médias et selon que, des émissions, ou articles sur la planification familiale, aient retenu ou non leur attention.

	Count Row Pct Col Pct	E12A			Row Total
		NON	OUI		
		-1	0	1	
XCM					
Q N R	-1	3			3
		100.0			.4
		2.2			
Radio seule (R)	1	11	20	2	33
		33.3	60.6	6.1	4.3
		8.1	3.4	4.3	
Télévision seule (TV)	2	56	172	5	233
		24.0	73.8	2.1	30.5
		41.5	29.5	10.6	
Journaux seuls (J)	3		1		1
			100.0		.1
			.2		
TV + R	4	53	244	15	312
		17.0	78.2	4.8	40.8
		39.3	41.9	31.9	
R + J	5		2		2
			100.0		.3
			.3		
TV + J	6	3	42	6	51
		5.9	82.4	11.8	6.7
		2.2	7.2	12.8	
TV + R + J	7	9	102	19	130
		6.9	78.5	14.6	17.0
		6.7	17.5	40.4	
	Column	135	583	47	765
	Total	17.6	76.2	6.1	100.0

journaux. Dès à présent l'hypothèse que celles qui ont été marquées par des émissions ou articles relatifs à la planification familiale paraissent être les femmes alphabétisées. Il appartient à la suite de l'analyse (voir infra: les conditions économiques et socio-culturelles de la

diffusion des moyens de communication) de répondre à cette question.

Les titres qui ont capté l'attention des femmes sont tels que les fait apparaître l'histogramme E35 ci-dessous. Hormis l'émission féminine de la télévision intitulée "Banat Houa" qui réussit 14,4 % des femmes exposées aux médias, le reste des titres paraît bien disparate. Il n'y aurait, par conséquent pas eu d'émissions soit télévisées, soit radiophonique ou des articles de presse qui ait retenu l'attention au point d'être cités par les femmes.

Histogr. E35: Répartition des femmes exposées aux médias selon les titres des émissions, ou articles sur la planification familiale qui ont retenu leur attention.

Value Label	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
-1 Q N R	135	74.6	74.6	74.6
4 Spots	2	1.1	1.1	75.7
2 Presse écrite	4	2.2	2.2	77.9
4 Emissions sur PF	2	1.1	1.1	79.0
3 Allo Docteur	3	1.7	1.7	80.7
1 "Banat Haoua"	26	14.4	14.4	95.0
6 Emission sur PF en Tunisie	1	.6	.6	95.6
6 Débat sur PF	1	.6	.6	96.1
6 Emissions religieuses	1	.6	.6	96.7
6 " 'Ayach be thnach"	1	.6	.6	97.2
6 Croissance démographique	1	.6	.6	97.8
6 "Hissat 75 %"	1	.6	.6	98.3
6 Le médecin de famille	1	.6	.6	98.9
6 Femme et société	1	.6	.6	99.4
6 Article du Dr Redouane Med.	1	.6	.6	100.0
	-----	-----	-----	
Total	181	100.0	100.0	

Telles est donc en général le degré de diffusion des des moyens de communication de masse parmi les femmes de la population cible.

1.2. Les moyens de communication interpersonnelle.

1.2.1. Les moyens "institutionnels".

1.2.1.1. Le dispensaire.

A la question de savoir s'il existe ou non un dispensaire dans leur commune de résidence, les femmes répondent à 92,2 % positivement.

Histogr. E36: Répartition des femmes selon qu'elles déclarent la présence ou l'absence d'un dispensaire dans leur commune de résidence.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
N R	-1	18	2.1	2.1	2.1
Oui	1	803	92.3	92.3	94.4
Non	2	49	5.6	5.6	100.0
Total		870	100.0	100.0	

La distance moyenne domicile-dispensaire estimée par les femmes, dont les communes en sont pourvues, est dans l'ensemble très réduite, elle n'est que de 3,29 km. Et 78,6 % des femmes déclarent se trouver à moins de trois kilomètres du dispensaire comme le montre l'histogramme E37 ci-dessous. Bien que l'existence d'un dispensaire est, en soi un important progrès, la qualité des soins qui y sont prodigués et la disponibilité des médicaments, contraceptifs et divers matériels indispensables, doit être connue pour que puisse être donnée une idée de la couverture sanitaire des populations.

Histogr. E37: Répartition des femmes dont les lieux de résidence sont dotés de dispensaires selon les estimations qu'elles donnent des distances séparant le foyer du dispensaire.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	28	3.4	3.4	3.4
<= 3 kms	1	645	78.6	78.6	82.0
>3 <=10 kms	2	98	11.9	11.9	93.9
> 10 kms	3	50	6.1	6.1	100.0
Total		821	100.0	100.0	

L'histogr. E38 ci-dessous montre qu'un peu moins des 3/4 (74,5 %) des femmes fréquentent le dispensaire. A l'inverse, 22,4 % des femmes déclarent ne pas le fréquenter. Parmi celles-ci, il faut savoir que celles qui disent que

leur lieu de résidence n'en est pas doté, représentent 5,6 % (voir supra, histogr. E36).

Histogr. E38: Répartition des femmes selon qu'elles fréquentent ou non le dispensaire.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	27	3.1	3.1	3.1
Fréquentent	2	648	74.5	74.5	77.6
Ne fréquentent pas	3	195	22.4	22.4	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

Cependant cette fréquentation serait d'une faible intensité: un peu moins des 3/4 des femmes, qui fréquentent le dispensaire, déclarent ne le faire que "rarement" elles ajoutent "parfois seulement en cas de besoin". L'intensité de la fréquentation du dispensaire est dans une certaine mesure révélatrice de la qualité des soins qu'offre celui-ci (34). A l'inverse, elles sont un peu moins du quart (21,8 %) à déclarer fréquenter dispensaire de manière "régulière".

Histogr. E39: Répartition des femmes selon l'estimation qu'elles donnent de l'intensité de leur fréquentation du dispensaire.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	27	4.0	4.0	4.0
Régulièrement	1	147	21.8	21.8	25.8
Rarement	2	501	74.2	74.2	100.0
	Total	675	100.0	100.0	

Le tableau E16 ci-dessous permet de relever un paradoxe. Alors que la distance devrait agir logiquement sur le niveau de fréquentation du dispensaire, il apparait que c'est plutôt le contraire qui a lieu. Ainsi, si la fréquentation pour les femmes, qui sont à une distance du dispensaire n'excédant pas les 3 kms, serait "régulière" pour 23,6 % d'entre-elles, alors qu'elle apparait très légèrement inférieure: 23,3 % pour celles qui se trouvent à une distance

(34) Il faut en effet tenir compte de l'éventuel refus du mari à autoriser sa femme à aller au dispensaire, de la même manière que le fameux "manque de temps" empêche la femme de s'occuper de sa santé. Tout cela mérite des enquêtes approfondies, que la présente enquête ne pouvait pas renseigner.

supérieure à 10 kms. Ce constat aurait pu certes amener à penser que la fréquentation du dispensaire est indifférente à la distance, néanmoins la comparaison entre l'intensité de la fréquentation du dispensaire de celles qui se trouvent à la distance moyenne du celui-ci (supérieure à 3 kms et inférieure ou égale à 10 kms) et celles qui se trouvent plus loin a de quoi étonner: la fréquentation par les femmes du dispensaire serait-elle inversement proportionnelle à son éloignement du domicile ? La question est très sérieuse et la suite de l'analyse révélera quelques éléments de réponse.

Tabl. E16: Répartition des femmes selon l'estimation qu'elles donnent de la distance séparant le foyer du dispensaire et de l'intensité de sa fréquentation.

		E13D			
Count		N R	Réguliè- rement	Rarement	
Row Pct	Col Pct	-1	1	2	Row Total
E13C	-1	21 84.0 77.8	2 8.0 1.4	2 8.0 .4	25 3.4
<=3 km	1	6 1.1 22.2	125 23.6 85.0	398 75.3 79.4	529 78.6
>3<=10	2		10 12.8 6.8	68 87.2 13.6	78 11.9
>10 km	3		10 23.3 6.8	33 76.7 6.6	43 6.1
Column Total		27 4.0	147 21.8	501 74.2	675 100.0

1.2.1.2. Le cabinet médical privé.

La proportion des femmes qui déclarent fréquenter le cabinet médical privé est relativement plus élevée par rapport à ce qu'elle est pour le dispensaire: 86,3 % contre 74,5 % précédemment. La réciproque est vraie: la proportion d'entre-elles qui déclarent ne "pas du tout" aller au cabinet médical privé est de 12 % contre 22,4 % pour le dispensaire.

Histogramme E40: Répartition des femmes selon la fréquentation du cabinet médical privé.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
N R	-1	15	1.7	1.7	1.7
Fréquentent	1	751	86.3	86.3	88.0
Ne fréquentent pas	3	104	12.0	12.0	100.0
Total		870	100.0	100.0	

Le tableau E17 ci-dessous donne une idée de la relation qui existe entre la fréquentation par les femmes du dispensaire et/ou du cabinet médical privé. Ainsi, il est permis de constater, à travers la lecture horizontale de ce tableau, que 86,0 % des femmes qui fréquentent le dispensaire, fréquentent en même temps le cabinet médical privé. Sa lecture, dans le sens vertical, permet de voir que sur le total des femmes qui fréquentent le médecin privé 74,2% fréquentent en même temps le dispensaire.

Tableau E17: Fréquentation du dispensaire et fréquentation du cabinet médical privé.

		CABINET MEDICAL PRIVE					
Count		Q	N	R	NON	OUI	Row
Row Pct	Col Pct						Total
		-1	0	1			
DISPENSARE	-1	6		21			27
Q N R		22.2		77.8			3.1
		40.0		2.8			
NON	0	1	21	173			195
		.5	10.8	88.7			22.4
		6.7	20.2	23.0			
OUI	1	8	83	557			648
		1.2	12.8	86.0			74.5
		53.3	79.8	74.2			
Column		15	104	751			870
Total		1.7	12.0	86.3			100.0

L'absence de fréquentation du dispensaire ou du cabinet médical privé qui est respectivement de 22,4 % et de 12 %, s'annule presque à la lecture de l'histogramme E41 du fait de la compensation qui existe entre l'un et l'autre de ces deux moyens de communication interpersonnelle susceptibles d'agir sur la planification familiale.

Histogr.E41: Répartition des femmes selon la fréquentation du dispensaire et/ou du cabinet médical privé.

Value Label	Value	Frequency	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	7	.8	.8
Absence totale de fréquent.	0	21	2.4	3.2
Dispensaire seul	2	91	10.5	13.7
Cabinet médical privé seul	3	194	22.3	36.0
Les deux à la fois	1	557	64.0	100.0
	Total	870	100.0	

Si la fréquentation du médecin privé (tabl. E18 ci-dessous) permet pour les 85,8 % des femmes, qui déclarent que leur lieu de résidence n'est pas doté du dispensaire, peut apparaître comme une compensation de l'absence de ce dernier, il n'en demeure pas moins que 87 % des femmes qui déclarent disposer d'un dispensaire fréquentent aussi le "cabinet médical privé". Ce n'est donc pas l'absence du dispensaire qui détermine la fréquentation du "cabinet médical privé", mais probablement un regard particulier à l'endroit de l'exercice de la médecine privée réputée, à tort ou à raison plus efficace comparativement à celle du dispensaire.

Tabl E18: Existence du dispensaire et fréquentation du cabinet médical privé.

		E14 Fréquent. médecin privé			
		N R	Non	Oui	Row Total
Existence dispen- saire		-1	0	1	
Q N R	-1	6 33.3 40.3		12 70.7 1.6	18 2.1
	0	1 2.0 6.7	6 12.2 5.8	42 85.8 5.6	49 5.6
	1	8 1.0 53.3	98 12.2 94.2	697 87.0 92.8	803 92.3
Column		15	104	751	870
Total		1.7	12.0	86.3	100.0

Par ailleurs à l'examen, il s'avère que plus la distance du dispensaire est proche plus la fréquentation du cabinet médical privé est forte. Ainsi, les proportions de

femmes qui fréquentent le cabinet médical privé passe de 53,1% pour celles qui déclarent ne pas disposer du tout de dispensaire dans leur de résidence, à 90,1 % pour celles qui déclarent que le dispensaire est au plus à 3 kms de leur domicile.

Tabl E19: Distance au dispensaire et fréquentation du médecin privé.

		E14 Fréquentation médecin privé.			
		Q N R	Ne fréquen- tent pas	Fréquen- tent	Row Total
Eloignement dispen. E13C		-1	0	1	
	-1	6 21.4 40.0	2 7.1 1.9	20 25.0 1.3	28 3.2
Dispensaire inexistant	0	1 2.0 6.7	6 12.2 5.8	42 53.1 4.9	49 5.6
> 10 km	3	1 2.0 6.7	14 28.0 13.5	35 70.0 5.1	50 5.7
>3 <=10 km	2	2 2.0 13.3	23 23.5 22.1	73 74.5 10.8	98 11.3
< = 3 km	1	5 .8 33.3	59 9.1 56.7	581 90.1 77.9	645 74.1
Column Total		15 1.7	104 12.0	751 86.3	870 100.0

La même remarque peut être faite, à propos de l'intensité déclarée de la fréquentation du cabinet médical privé, par rapport à ce qu'elle est pour le dispensaire. En effet, il apparait à la lecture de l'histr. E42 ci-dessous que les femmes qui fréquentent le cabinet médical privé de manière "régulière" représentent une proportion relativement plus importante de ce qu'elle était pour le dispensaire: 29,6 % contre 21,8 % précédemment. Concernant celles qui déclarent ne fréquenter que "rarement" la cabinet médical privé, la réciproque n'est pas vraie dans les mêmes proportions: 70 % contre 74,2 % précédemment, puisque les "QNR" pour la fréquentation du dispensaire étaient plus importants: 4 %

* 47,6 des femmes qui ne sont pas exposées aux moyens de communication interpersonnelle sont exposées aux moyens de communication de masse.

* Compte tenu de la faiblesse relative de la proportion des femmes qui ne sont pas exposées aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle par rapport à celles qui ne sont pas exposées aux moyens de communication de masse: respectivement 2,4 % seulement, contre 12,1 %, par conséquent, la part des femmes qui ne sont exposées ni aux uns ni aux autres de ces moyens, représente seulement 1,3 % du total de toutes les femmes (histogramme E43).

Hist. E43 : Exposition aux moyens de communication de masse et exposition aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	4	.4	.4	.4
Aucun	0	11	1.3	1.3	1.8
MCM + M"I"CI	1	747	85.9	85.9	87.6
MCM seuls (*)	2	13	1.5	1.5	89.1
M"I"CI seuls (**)	3	95	10.9	10.9	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

(*) Moyens de communication de masse.

(**) Moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle.

1.2.3. Les moyens "informels" de communication interpersonnelle.

1.2.3.1. Les femmes et la "qabla" traditionnelle.

Des réponses recueillies, au sujet de la question de savoir si les femmes ont des discussions avec la "qabla" traditionnelle, il ressort que la proportion de femmes qui déclarent tenir des discussions avec les "qabla" représentent un peu moins du tiers: 28,3 %, ce qui est loin d'être négli-

Histogr.E44: Discussion avec la "Qabla" au sujet de la planification familiale.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	6	.7	.7	.7
NON	0	618	71.0	71.0	71.7
OUI	1	246	28.3	28.3	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

geable. Cependant, la majorité d'entre elles, un peu plus des deux tiers: 71 % ont déclaré ne jamais avoir eu de discussions avec la "qabla" traditionnelle. L'"institution" ancienne de la "qabla" perdrait-elle du terrain face à l'avancée des moyens modernes de communication personnelle (35) ?

Compte tenu de la faiblesse de la proportion des femmes qui ne sont pas exposées aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle, l'exposition à la "qabla" traditionnelle ne peut que se surajouter. C'est ce que le tableau E21 permet de constater. Il apparaît à la lecture de ce dernier que la petite proportion (2,4 %) de femmes non expo-

Tabl. E21: Exposition aux moyens institutionnels de communication interpersonnelle et discussion avec la "qabla".

		C7 Discussion avec Qabla						
		Count	Q	N	R	NON	OUI	
		Row Pct						Row
		Col Pct						Total
M. "Inst." interpers.		comm.	-1			0	1	
	Q N R	-1	1	6				7
			14.3	85.7				.8
			16.7	1.0				
	AUCUN	0		20		1		21
				95.2		4.8		2.4
				3.2		.4		
	DISP-MED	1	4	380		173		557
			.7	68.2		31.1		64.0
			66.7	61.5		70.3		
	DIS	2		66		25		91
				72.5		27.5		10.5
				10.7		10.2		
	MED	3	1	146		47		194
			.5	75.3		24.2		22.3
			16.7	23.6		19.1		
	Column Total		6	618		246		870
			.7	71.0		28.3		100.0

sées aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle, n'ont pas aussi, dans leur quasi totalité (95,2 %) des discussions avec la "qabla". De ce fait la proportion des femmes qui ne sont exposées ni aux uns ni à l'autre ("qabla") de ces moyens se maintient presque au niveau de ce qu'elle

(35) Pourtant les accouchements à domicile sont très nombreux.

était pour ceux qualifiés d'institutionnels: 2,3 contre 2,4 %. Il n'y a par conséquent pas pour cette catégorie de femmes de compensation entre l'une et l'autre des expositions.

Quant à celles, parmi les femmes, qui sont exposées aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle, le tableau E21 permet de voir que la proportion la plus basse: 24,2 % de celles qui ne fréquentent pas la "qabla" est enregistrée par celles qui déclarent ne fréquenter que le cabinet médical privé. Cependant la lecture verticale permet de voir que ces dernières représentent une part plus importante que celles qui déclarent ne fréquenter que le dispensaire en même temps qu'elles déclarent discuter avec la "qabla".

Par ailleurs la plus grande proportion: 70,3 des femmes qui déclarent discuter avec la "qabla" se trouve être parmi celles qui déclarent fréquenter et le dispensaire et le médecin à la fois. Dans l'ensemble, cette catégorie ne représente cependant, que de 19,9 %.

1.2.3.2. L'"homme de religion".

Les femmes ont répondu positivement dans une proportion de 12,2 % à la question de savoir si elles discutent avec des "hommes de religion" autour de la planification familiale. A l'inverse 86,3 % ont répondu négativement.

Histo.E45: Discussion avec l'"homme de religion" au sujet de la planification familiale.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	13	1.5	1.5	1.5
OUI	1	106	12.2	12.2	13.7
NON	2	751	86.3	86.3	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

Le tableau E22 ci-dessous permet de constater que la discussion avec la "qabla" ne va pas tellement de pair avec celle menée par les femmes avec l'"homme de religion". Ainsi, 11,4 % des femmes déclarant discuter avec la "qabla" discutent aussi avec l'"homme de religion", contre 87 % qui déclarent ne pas le faire. La réciproque ne se fait pas dans les mêmes proportions: elles sont 26,4 % de femmes déclarant discuter

avec l'"homme de religion" à déclarer le faire aussi avec la "qabla", contre 72,6 % à déclarer ne pas le faire.

D'autre part, il apparait (tabl. E22 et histogr.E46) que la proportion des femmes qui discutent aussi bien avec la "qabla" qu'avec l'"homme de religion" ne représente par rapport à l'ensemble des femmes que 3,2 %, tandis que la proportion de celles qui ne discutent ni avec l'un ni avec l'autre représente 61,5 % par rapport toujours à l'ensemble des femmes.

Tab. E22: Discussion avec la "qabla" et discussion avec l'"homme de religion" autour de la PF.

		C8a Discuss. avec "H.R"						
		Count						
		Row Pct	Q	N	R	OUI	NON	
		Col Pct						
Discuss. avec			-1			1	2	
Qabla	C7		-----			-----		Row Total
		-1	3			1	2	6
Q	N	R	50.0			16.7	33.3	0.7
			23.1			0.9	0.3	
			-----			-----		
		1	4			28	214	246
OUI			1.6			11.4	87.0	28.3
			30.8			26.4	28.5	
			-----			-----		
		2	2			77	535	618
NON			1.0			12.5	86.6	71.0
			46.2			72.6	71.2	
			-----			-----		
	Column		13			106	751	870
	Total		1.5			12.2	86.3	100.0

Hist.E46: Discussion avec la "qabla" et /ou discussion avec l'"homme de religion" autour de la PF.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	11	1.3	1.3	1.3
AUCUN	0	535	61.5	61.5	62.8
QAB-HR	1	28	3.2	3.2	66.0
QAB seule (*)	2	218	25.1	25.1	91.0
HR seul (**)	3	78	9.0	9.0	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

(*) La "qabla"

(**) L'"homme de religion"

Le tableau E23 ci-dessous permet de constater que la proportion des femmes qui ne fréquentent pas le dispensaire et le cabinet médical privé, bien que représentant le double de

ce qu'elle était pour la discussion avec la "qabla" (voir supra Tabl. E21) paraît quant même bien dérisoire compte tenu de la proportion que représentent ces femmes elles mêmes, par rapport à l'ensemble des femmes. La proportion de femmes qui ne sont pas du tout exposées aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle demeure quasiment au même niveau: de 2,4 % elle passe à 2.1 % . Soit une compensation pour une proportion de femmes de 0,3 % sur l'ensemble des femmes. Si toutes les femmes qui ne fréquentent pas le dispensaire et le cabinet médical privé avaient toutes répondu discuter avec l'"homme" de religion" cela aurait peut-être éveillé l'attention. Ce n'est pas le cas, il s'agirait dans le cas de ces femmes, qui ne fréquentent ni dispensaire ni cabinet médical privé, ni ne discutent avec la "qabla" ni avec l'"homme de religion", plutôt d'enfermement que d'un choix qui aurait abouti au rejet des moyens "institutionnels" en faveur de ceux "informels".

Tabl. E23: Exposition aux moyens "institutionnels" et discussion avec l'"homme de religion" autour de la PF.

		C8A			Row Total	
SNT	Count					
	Row Pct	Q	N	R		
		OUI			NON	
		-1	1	2		
		Col Pct				
SNT	-1	1	2	4	7	
Q N R		14.3	28.6	57.1	.8	
		7.7	1.9	.5		
	0	1	2	18	21	
AUCUN		4.8	9.5	85.7	2.4	
		7.7	1.9	2.4		
	1	7	68	482	557	
DISP-MED		1.3	12.2	86.5	64.0	
		53.8	64.2	64.2		
	2		9	82	91	
DIS			9.9	90.1	10.5	
			8.5	10.9		
	3	4	25	165	194	
MED		2.1	12.9	85.1	22.3	
		30.8	23.6	22.0		
	Column	13	106	751	870	
	Total	1.5	12.2	86.3	100.0	

Par ailleurs les proportions de femmes exposées, soit au dispensaire soit cabinet médical soit aux deux à la fois, et qui déclarent discuter avec l'"homme de religion" à propos de la PF, comparées à celles qui ne sont exposées ni à l'un ni à l'autre, révèle que ce sont ces dernières qui sont dans la proportion la plus faible à ne pas déclarer discuter avec l'"homme de religion": 9,2 % contre 12,9 % pour celles qui fréquentent le cabinet médical seulement. Cependant, il faudrait noter que les différences paraissent tellement faibles que les grands commentaires seraient superflus. En définitive, il semble que la discussion avec l'"homme de religion" concerne tous les groupes, mais que le groupe qui fréquente aussi bien le dispensaire que le cabinet médical privé est, compte tenu de son poids: 64,2 %, celui qui discute le plus avec l'"homme de religion". En somme le constat pour ce groupe est le même que pour ce qui est de la discussion avec la "qabla".

1.2.4. Exposition générale aux moyens "institutionnels" et "informels" de communication interpersonnelle.

L'examen, à travers le tableau E24, de la relation entre la fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical et la discussion avec la "qabla" et / ou avec l'"homme de religion", reflète, concernant le groupe des femmes qui ne fréquentent ni dispensaire ni cabinet médical, les mêmes constats faits précédemment, bien qu'il apparaisse ici que la proportion d'entre-elles qui déclarent discuter avec la "qabla" ou avec l'"homme de religion" a grossi comparativement à ce qu'elle était précédemment 14,3 % contre 9,5 % précédemment. Mais il n'y a pas à proprement parler de compensation: les femmes qui ne fréquentent ni dispensaire, ni cabinet médical privé ne sont pas forcément celles qui discutent avec la "qabla" et / ou avec l'"homme de religion" puisque la proportion des premières, sur l'ensemble des femmes qui était 2,4 ne descend à présent qu'à 2 %. Cependant il faut bien voir encore une fois que ce groupe ne représente dans l'ensemble des femmes que 2,4 %. Ce groupe paraît donc, vraisemblablement, être celui des femmes cloîtrées.

Le constat à faire, à propos des groupes qui fréquentent le dispensaire et / ou le cabinet médical, paraît à première vue mitigé, les différences ne paraissant pas très tranchées. Ainsi, la différence la plus importante entre le groupe dont la proportion de celles qui déclarent ne discuter ni avec la "qabla" ni avec l'"homme de religion" est de 6,9% : 66 % pour le groupe qui fréquente le cabinet médical exclusivement et 59,1 % pour le groupe qui fréquente et le dispensaire et le cabinet médical.

Concernant la discussion avec l'"homme de religion", semble quant à elle indifférente selon que le groupe fréquente le dispensaire et le cabinet médical à la fois, le dispensaire seul ou encore le cabinet médical privé. Les proportions de femmes varient entre 8,2 et 9,9 %.

Tabl.E25: Fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical et exposition aux moyens "informels" de communication interpersonnelle.

INF Moyens "informels" de comm. interpers.									
Count	Row Pct	Q	N	R	AUCUN	QAB-HR	QAB	HR	Row
Col Pct	"inst.	-1	0	1	2	3	seule	seul	Total
M.									
C.I									
	-1	1	4					2	7
Q		14.3	57.1					28.6	.8
N		9.1	.7					2.6	
R									
	0	1	17		1		2		21
AUCUN		4.8	81.0		4.8		9.5		2.4
		9.1	3.2		.5		2.6		
	1	6	329	19	154		49		557
DISP-MED		1.1	59.1	3.4	27.6		8.8		64.0
		54.5	61.5	67.9	70.6		62.8		
	2		57		25		9		91
DIS			62.6		27.5		9.9		10.5
			10.7		11.5		11.5		
	3	3	128	9	38		16		194
MED		1.5	66.0	4.6	19.6		8.2		22.3
		27.3	23.9	32.1	17.4		20.5		
Column		11	535	28	218		78		870
Total		1.3	61.5	3.2	25.1		9.0		100.0

Concernant plus particulièrement le groupe qui fréquente et le dispensaire et le cabinet médical privé, il

faudrait remarquer qu'il enregistre relativement la plus importante proportion de celles qui déclarent discuter avec la "qabla" et / ou avec l'"homme de religion": (3,4+27,6+8,8=) 39,8% contre respectivement (27,5+9,9=) 37,4 % et (4,6+19,6+8,2=) 32,4 % pour les groupes qui fréquentent le dispensaire exclusivement et celui qui fréquente le cabinet médical exclusivement. Ces différences dans les proportions auraient pu paraître insignifiantes si ce n'était les poids relatifs de chacun des groupes par rapport à l'ensemble des femmes. Le groupe de celles qui fréquentent et le dispensaire et le cabinet médical est en effet le plus important des groupes et il représente 64 % de l'ensemble des femmes. Quand à la part de celles parmi ce groupe qui déclarent discuter avec la "qabla" et / ou avec l'"homme de religion", elle représente une proportion encore plus grande 68,5 %. Il est donc très important d'en tenir compte. L'hypothèse serait que ces femmes majoritaires soient à la recherche des meilleures sources possibles, elles taperaient à toutes les portes ce qui en soi est révélateur d'un besoin de communication pressant.

Tabl. E26 : Exposition aux moyens "institutionnels" et "informels" de communication interpersonnelle.

		INF M. "inform." communic.			
Count		Q	N	R	
Row Pct	Col Pct	NON			OUI
M. "inst" de communication SNT		-1	0	1	Row Total
Q	N	1	4	2	7
	R	14.3	57.1	28.6	.8
		9.1	.7	.6	
		-----+			
	0	1	17	3	21
NON		4.8	81.0	14.3	2.4
		9.1	3.2	.9	
		-----+			
	1	9	514	319	842
OUI		1.1	61.0	37.9	96.8
		81.8	96.1	98.5	
		-----+			
	Column	11	535	324	870
	Total	1.3	61.5	37.2	100.0

Le tableau E26 ci-dessus permet enfin de donner une image synthétique de la relation entre l'exposition aux moyens "institutionnels" et "informels" de communication interperson-

nelle. Comme cela a été dit auparavant, la compensation entre les moyens "institutionnels" et les moyens "informels" n'a pas lieu.

1.2.5. La diffusion générale des moyens de communication.

Au moment de clore la partie relative aux moyens de communication de masse, la proportion des femmes qui n'étaient exposées à aucun moyen de communication de masse avait été estimée à 12,1 %. L'étude de l'exposition aux moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle s'avère presque généralisée: seule une petite proportion 2,4 % de femmes avaient déclaré ne fréquenter ni le dispensaire ni le cabinet médical privé. D'un autre côté, l'exposition aux moyens "informels" de communication interpersonnelle a paru la plus faible relativement: 61,5 % des femmes n'y sont pas exposées. Il a été montré aussi que les moyens "informels" ne se compensent pas avec les moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle, mais qu'il s'y surajoutent.

Le tableau E27 ci-dessous permet enfin de constater que les femmes de la population cible fréquentent dans leur quasi totalité les moyens de communication étudiés, intervenant ou susceptibles d'intervenir dans le "champ" de la communication autour de la planification familiale. La petite proportion de femmes, qui déclare ne pas fréquenter les moyens de communication de masse, ne pas fréquenter le dispensaire ni le cabinet médical et enfin ne pas discuter de la planification familiale avec la "qabla" ni avec l'"homme de religion", représente seulement (10/870=) 1,1 % du total des femmes. C'est dire que la diffusion des moyens de communication de masse et interpersonnelle étudiés est généralisée parmi les femmes de la population cible.

Assurément cela est en soi très important. Il existe à l'état virtuel, un potentiel appréciable pour qu'une stratégie de communication sociale en matière de planification familiale, puisse être déclanchée.

Tableau E27 : Exposition aux moyens de communication étudiés.

MOYENS COMM. DE MASSE		MOY. "INF." INTERP.			Row Total
MOY. "INST." INTERP.		Q N R	NON	OUI	
Q N R	-1				
	Q N R				
	0				
	NON				
	1	1	2	2	5
		20.0	40.0	40.0	100.0
		100.0	100.0	100.0	
	Column Total	1 20.0	2 40.0	2 40.0	5 100.0
NON	0				
	NON				
	1	1	2	1	4
	Q N R	25.0	50.0	25.0	3.8
		33.3	2.7	3.4	
	0	1	10		11
	NON	9.1	90.9		10.5
		33.3	13.7		
	1	1	61	28	90
	OUI	1.1	67.8	31.1	85.7
		33.3	83.6	96.6	
	Column Total	3 2.9	73 69.5	29 27.6	105 100.0
OUI	1				
	NON				
	1		2	1	3
	Q N R		66.7	33.3	.4
			.4	.3	
	0		7	3	10
	NON		70.0	30.0	1.3
			1.5	1.0	
	1	7	451	289	747
	OUI	.9	60.4	38.7	98.3
		100.0	98.0	98.6	
	Column Total	7 .9	460 60.5	293 38.6	760 100.0

2. LES CONDITIONS ECONOMIQUES ET SOCIO-CULTURELLES DE DIFFUSION DES MOYENS DE COMMUNICATION.

2.1. La télévision.

Des différences assez significatives, apparaissent lorsqu'on examine (tableau E28 ci-dessous) la répartition du "contact avec la télévision" selon le secteur de résidence. 20,4 % des femmes résidant en milieu rural n'ont pas eu ce "contact", tandis que toutes celles qui résident en milieu urbain l'ont eu. Si le facteur appartenance à l'un des secteurs de résidence est important dans le "contact" avec la télévision ou de son absence selon le cas, qu'en est-il de l'intervention du facteur économique dans le milieu rural(36)?

Tabl.E28: Secteur de résidence et contact avec la télévision.

		E1 Contact TV		Row Total
		OUI	NON	
Secteur de résidence		1	2	
Urbain	1	404		404
		100.0		46.4
		52.1		
Rural	2	371	95	466
		79.6	20.4	53.6
		47.9	100.0	
Column		775	95	870
Total		89.1	10.9	100.0

A l'examen, le facteur économique ne semble pas influencer, sur le "contact avec la télévision", entre les couches moyennes et aisées, il en est autrement de la comparaison avec celles qui sont défavorisées. La proportion de femmes appartenant à la couche défavorisée et qui en ont eu le "contact" n'est que de 54,7 %, alors qu'elle atteint 93,3 % pour celles appartenant à la couche aisée.

Le "contact avec la télévision" semble tout à fait indifférent à la cohabitation des couples ruraux avec leur pa-

(36) Il est très probable - les renseignements, manquent - que la difficulté de recevoir les émissions pour les ruraux dans leur ensemble comparés aux urbains a pour origine les difficultés d'acquisition des appareils des accessoires...etc...pas toujours disponibles sur le marché rural, qui finissent par renchérir les produits.

Tabl.E29: Condition économique et contact avec la télévision.

	Count Row Pct Col Pct	E1 Contact TV		Row Total
		OUI 1	NON 2	
CEC				
Aisée	1	42 93.3 11.3	3 6.7 3.2	45 9.7
Moyenne	2	254 89.4 68.5	30 10.6 31.6	284 60.9
Défavorisée	3	75 54.7 20.2	62 45.3 65.3	137 29.4
Column Total		371 79.6	95 20.4	466 100.0

rents (tabl.E29). C'est là un premier résultat surprenant: le contrôle social "traditionnel" serait-il absent à ce point ? Il est vrai qu'à ce niveau la question semble prématurée puisque nous ne sommes qu'au début. La suite de l'analyse des résultats permettra de voir plus clair.

Tabl.E30: Cohabitation et contact avec la télévision.

Cohabitation MI9A		Contact TV		Row Total
		OUI 1	NON 2	
Q N R	-1	22 64.7 5.9	12 35.3 12.6	34 7.3
Cohabite	1	146 81.6 39.4	33 18.4 34.7	179 38.4
Ne cohabite pas	2	203 80.2 54.7	50 19.8 52.6	253 54.3
Column Total		371 79.6	95 20.4	466 100.0

Au contraire de la cohabitation, le croisement entre niveau d'instruction des femmes et le "contact avec la télévision" fait apparaître des différences significatives. La proportion la plus importante de femmes qui n'ont pas eu le "contact avec la télévision" appartiennent au groupe des

"analphabètes". Le poids de ces dernières représente d'ailleurs sur l'ensemble des femmes rurales qui n'ont pas eu le "contact" 92,6 %. Il faudrait cependant noter que c'est l'absence ou présence d'un niveau d'instruction fut-il primaire qui est dichotomique. L'instruction, même si elle ne dépasse pas le primaire, serait-elle à l'origine, de nouvelles aspirations pour un nouveau mode de vie ? Là aussi, il faut attendre que se confirment les autres relations pour pouvoir se prononcer.

Tabl.E31: Niveau d'instruction des femmes et "contact avec la télévision (*).

Niveau d'instruction	Contact TV		Row Total
	OUI 1	NON 2	
Q N R	2	1	3
	66.7	33.3	.6
	0.5		
Analph	254	88	342
	74.3	25.7	73.4
	68.5	92.6	
Primaire	82	5	87
	94.3	5.7	16.1
	22.1	5.3	
Supér. au primaire	33	1	34
	97.1	2.9	4.7
	9.4	2.1	
Column Total	371	95	466
	79.6	20.4	100.0

Le nombre de récepteurs de télévision moyen par couple pour le secteur de résidence "urbain" est de 1,16, alors qu'il n'est que de 0,84 pour les couples appartenant au secteur de résidence "rural".

Au plan de la comparaison des couples par nombre d'appareils possédés, le tableau E32 laisse apparaître que les proportions de couples qui ne disposent pas d'appareil de télévision sont respectivement de 3,2 % seulement, en secteur "urbain" et de 23 % en secteur "rural". A l'inverse, les proportions respectives de ceux parmi les couples qui possèdent plus d'un récepteur de télévision sont respectivement de $(16,1+2,2=)$ 18,3 % et de $(5,4+0,9+0,4=)$ 6,7 %. Encore

une fois se confirment d'importantes différences entre les deux secteurs de résidence.

Tabl.E32: Secteur de résidence et nombre de récepteurs possédés par le couple.

		E2A						
		Nombre de récepteurs de télévision						
Secteur resid.		-1	0	1	2	3	4	Row Total
RES		-----+						
1	Urbain	7	13	310	65	9		404
		1.7	3.2	76.7	16.1	2.2		46.4
		58.3	10.8	49.0	72.2	69.2		
2	Rural	5	107	323	25	4	2	466
		1.1	23.0	69.3	5.4	.9	.4	53.6
		41.7	89.2	51.0	27.8	30.8	100.0	
		-----+						
Column		12	120	633	90	13	2	870
Total		1.4	13.8	72.8	10.3	1.5	.2	100.0

L'écart est beaucoup plus sensible quand on compare ce nombre moyen de récepteurs selon les catégories économiques tous secteurs de résidence confondus (tabl. E33) l'écart se creuse davantage entre la couche aisée 1,28 et la couche défavorisée 0,56, soit un peu moins de la moitié de celui de

Tabl.E33: Condition économique et nombre de récepteurs possédés par le couple.

		E2A						
		Nombre de récepteurs de télévision						
Catég. éco.		Q N R	0	1	2	3	4	Row Total
CEC		-----+						
1	Aisée	2	4	75	25	5		111
		1.8	3.6	67.6	22.5	4.5		12.8
		16.7	3.3	11.8	27.8	38.5		
2	Moyenne	8	41	458	65	8	2	582
		1.4	7.0	78.7	11.2	1.4	.3	66.9
		66.7	34.2	72.4	72.2	61.5	100.0	
3	Défavo.	2	75	100				177
		1.1	42.4	56.5				20.3
		16.7	62.5	15.8				
		-----+						
Column		12	120	633	90	13	2	870
Total		1.4	13.8	72.8	10.3	1.5	.2	100.0

première citée. Néanmoins pour la couche moyenne, le nombre moyen de récepteurs par couple est assez voisin de celui de la couche aisée, respectivement 1,06 contre 1,28.

Il faudra remarquer qu'au plan du nombre de récepteurs de télévision possédés les couples de la couche aisée enregistrent des proportions: de 3,6 % n'en disposant pas du tout, seulement, 67,6 % disposant d'un seul récepteur et de (22,5+ 4,5=) 27 % disposant de plus d'un récepteur. Ces proportions sont respectivement de:

* 7 % - 78,7 % et (11,2+1,4+0,3=) 12,9 % pour la couche moyenne;

* enfin de 42,4 % - 56,6 % et de 0 % pour la couche défavorisée.

Tabl.E34: Cohabitation et nombre de récepteurs possédés par le couple.

		E2A						
		Nombre de récepteurs de télévision						
Cohabita.		-1	0	1	2	3	4	Row Total
MI9A								
-1	Q N R	1	13	31	4			49
		2.0	26.5	63.3	8.2			5.6
		8.3	10.8	4.9	4.4			
1	Cohabite	4	45	224	45	7	2	327
		1.2	13.8	68.5	13.8	2.1	.6	37.6
		33.3	37.5	35.4	50.0	53.8	100.0	
2	Ne cohabite pas	7	62	378	41	6		494
		1.4	12.6	76.5	8.3	1.2		56.8
		58.3	51.7	59.7	45.6	46.2		
Column		12	120	633	90	13	2	870
Total		1.4	13.8	72.8	10.3	1.5	.2	100.0

Le tableau E34 relatif au nombre de récepteurs possédés par les couples selon qu'ils sont cohabitants ou non laisse apparaître que la proportion de couples cohabitants, ne possédant pas du tout d'appareils de télévision est de 13,8 %, alors que celle-ci est légèrement inférieure: 12,6 % pour les couples ne cohabitant pas, la différence étant de 1,2 % en faveur des seconds nommés. Cependant la proportion de couples cohabitant et possédant plus d'un appareil est plus importante de 7 % de celle des couples ne cohabitant pas: (13,8+2,1+0,6)=

16,5 % contre $(8,3+1,2)= 9,5$. Une telle lecture aurait très probablement permis de conclure que les couples cohabitants sont plus dotés en récepteurs de télévision. Pourtant à l'examen, il s'avère que le nombre moyen possédés par l'un et l'autre groupe de couples sont très voisins, légèrement plus important chez les couples qui cohabitent que chez les couples qui ne cohabitent pas, le calcul de ce nombre moyen donne:

$$* ((45*0)+(224*1)+(45*2)+(7*3)+(2*4))/(327-4)= 1,06$$

pour les couples cohabitants;

$$* ((62*0)(378*1)(41*2)(6*3))/(494-7)= 0,98 \text{ pour les}$$

couples ne cohabitant pas.

Soit une différence de 0,08 tellement négligeable qu'il n'est pas permis d'illustrer le stéréotype de la famille algérienne - que le sens commun désigne comme idéal-typique - et qui se composerait de plusieurs couples de frères chacun ayant sa chambre et sa télévision (tiens, ça par hasard!) dans une grande maison sous la conduite et l'oeil bienveillant d'un patriarche.

Il faudrait donc retenir plutôt, que la cohabitation ou la vie "autonome" du couple, ne semblent pas déterminer une possession typique de récepteurs de télévision. Tout au plus les couples cohabitants auraient une tendance à disposer d'un tout petit peu plus de télévisions que leurs homologues réputés "autonomes" (37).

L'instruction quant à elle parait plus discriminante. Hormis le niveau femmes dont le niveau est supérieur et dont le nombre moyen de récepteur par couple est de 1,22 et qui se situe en retrait par rapport aux femmes du niveau secondaire,

(35) Il faudrait cependant signaler que nous avons là affaire à des couples en age de procréer, donc forcément relativement jeunes (voir annexes). La possession du téléviseur apparaitrait comme étant celle du couple stricto-sensu. Cependant, si le "patriarche" existait et que la question lui avait été posée sur le nombre de récepteurs de télévision qu'il possède, aurait-il répondu j'en possède 3, quand dans les faits deux sur les trois appareils sont utilisées par ses fils mariés, cohabitant avec lui, et vivant dans leurs chambres respectives ? La question est pertinente, elle reviendrait à savoir si le "patriarche" en question se considère ou non comme le gestionnaire suprême d'un patrimoine familial indivis, meme si dans les faits les ressources qui ont permis d'acquérir ces appareils proviennent du travail des fils.

Tabl. E35: Instruction et nombre de récepteurs TV possédés par le couple.

		E2A						
Count		Nombre de récepteurs de télévision						Row
Row	Pct	-1	0	1	2	3	4	Total
Col	Pct							
I2								
1			1	2				3
Q N R			33.3	66.7				.3
			0.8	0.3				
0		7	107	347	32	1		494
Analph		1.4	21.7	70.2	6.5	.2		56.8
		58.3	89.2	54.8	35.6	7.7		
1		3	9	179	29	6	2	228
Primaire		1.5	4.5	77.0	13.0	3.0	1.0	26.2
		25.0	7.5	28.3	32.2	46.2	100.0	
2		2	3	105	29	6		145
Plus que primaire		2.6	3.8	73.1	15.4	5.1		16.7
		16.7	2.5	16.6	32.2	46.2		
Column		12	120	633	90	13	2	870
Total		1.4	13.8	72.8	10.3	1.5	.2	100.0

tout le reste parait varier de manière régulière. Les moyennes calculées ci-dessous, passent ainsi, respectivement de 0,85 pour le niveau analphabète à 1,33 pour le niveau secondaire:

$$((107*0)+(347*1)+(32*2)+(1*3))/(494-7) = 0,85$$

$$((25*1)+(3*2))/28 = 1,11$$

$$((9*0)+(154*1)+(26*2)+(6*3)+(2*4))/(200-7) = 1,20$$

$$((3*0)+(57*1)+(12*2)+(4*3))/(78-2) = 1,22$$

$$((40*1)+(17*2)+(1*3))/58 = 1,33$$

$$((8*1)+(1*3))/9 = 1,22$$

soit en définitive une différence de 0,48 entre les moins nanties et celles qui le sont plus.

Par ailleurs la lecture verticale du tableau E35 permet de constater que sur l'ensemble des femmes rurales qui déclarent ne pas disposer d'un récepteur de télévision, 89,2 % sont des analphabètes.

Les femmes du secteur "rural" qui "ont eu le contact" avec la télévision sont dans une proportion moins importante à déclarer voir la télévision "régulièrement" 43,4% contre 65,3% pour celles du milieu "urbain". Elles seraient par contre proportionnellement plus importantes 47,4 % à estimer la voir

"rarement" contre seulement 30 % pour les femmes du milieu "urbain". Par ailleurs la proportion de femmes "rurales" qui disposent d'une télévision et qui déclarent "ne pas du tout" la voir est plus importante que celle du milieu urbain, 8,4 %

Tableau E36: Secteur de résidence et niveau de fréquentation de la télévision.

		E3A				
Count		Q	N	R		
Row Pct	Col Pct	Réguliè- Rarement Pas du			Row	
		rement			total	
		-1	1	2	3	Total
RES						
	1	2	264	121	17	404
Urbain		.5	65.3	30.0	4.2	52.1
		40.0	62.1	40.7	35.4	
	2	3	161	176	31	371
Rural		.8	43.4	47.4	8.4	47.9
		60.0	37.9	59.3	64.6	
	Column Total	5	425	297	48	775
		.6	54.8	38.3	6.2	100.0

contre 4,2 % pour les dernières citées.

Une lecture verticale du tableau E36 permet de voir qu'un peu moins des deux tiers des femmes (62,1 %) qui estiment voir "régulièrement" la télévision appartiennent au milieu "urbain", contre un peu plus du tiers 37,9 % appartenant au milieu "rural". A l'inverse les femmes qui déclarent ne "pas du tout" voir la télévision, appartiennent dans une proportion de deux tiers environ (64,6 %) au milieu "rural".

Le facteur économique paraît lui aussi discriminant à l'égard de la fréquentation de la télévision (tabl. E37 ci-dessous). Et même si la différence entre la couche moyenne et la couche aisée n'est pas très élevée: 62 contre 56,3 %, la différence entre la couche aisée et la couche défavorisée est assez élevée: 62 contre 40,9 % soit une différence de 21,1 %. A l'inverse les femmes appartenant à la couche défavorisée ont tendance à voir un peu plus rarement la télévision 42,6 % contre respectivement 34,3 % et 38,2 % pour les femmes appartenant à la couche aisée et celles appartenant à la couche moyenne. De la même manière, il est permis d'observer que les femmes appartenant à la couche défavorisée sont

proportionnellement plus nombreuses à ne pas fréquenter la télévision 14,8 % contre respectivement 3,7 % et 4,9 % pour les femmes de la couche moyenne et celles de la couche aisée.

Tabl.E37: Condition économique et niveau de fréquentation de la télévision par la femme.

		E3A				
		Count				
Row	Pct	Q N R	Réguliè-	Rarement	Pas du	Row
Col	Pct	-1	rement	2	tout	Total
			1		3	
CEC						
	1		67	37	4	108
Aisée			62.0	34.3	3.7	13.9
			15.8	12.5	8.3	
	2	3	311	211	27	552
Moyenne		.5	56.3	38.2	4.9	71.2
		60.0	73.2	71.0	56.3	
	3	2	47	49	17	115
Défavorisée		1.7	40.9	42.6	14.8	14.8
		40.0	11.1	16.5	35.4	
	Column	5	425	297	48	775
	Total	.6	54.8	38.3	6.2	100.0

le facteur cohabitation semble intervenir relativement plus qu'auparavant, au niveau de la fréquentation de la télévision. Ainsi les cohabitantes seraient moins "régulières" dans leur fréquentation de la télévision: 51 contre 57,4 %.

Tabl.E38: Cohabitation et niveau de fréquentation de la télévision par la femme.

		E3A				
		Count				
Row	Pct	Q N R	Réguliè-	Rarement	Pas du	Row
Col	Pct	-1	rement	2	tout	Total
			1		3	
MI9A						
	-1		20	15	2	37
Q N R			54.1	40.5	5.4	4.8
			4.7	5.1	4.2	
	1	1	150	122	21	294
Cohabite		.3	51.0	41.5	7.1	37.9
		20.0	35.3	41.1	43.8	
	2	4	255	160	25	444
Ne cohabite pas		.9	57.4	36.0	5.6	57.3
		80.0	60.0	53.9	52.1	
	Column	5	425	297	48	775
	Total	.6	54.8	38.3	6.2	100.0

Cependant la lecture du tableau E27 permet d'observer que la fréquentation de la télévision évolue, de manière beaucoup plus tranchée, avec le niveau d'instruction. La proportion de femmes estimant voir "régulièrement" la télévision passe de 46,3 % pour les analphabètes à 77,8 % pour celles qui ont le niveau du "supérieur". Les proportions de celles qui estiment ne "pas du tout" voir la télévision évoluent quant à elles en raison inverse du niveau d'instruction, elles passent en effet de 5,9 % pour les analphabètes à 0 % pour le secondaire et le supérieur. Il faudrait remarquer l'entorse commise par le niveau du moyen sur la corrélation qui semble établie entre le niveau d'ins-

Tableau E39: Niveau d'instruction et fréquentation de la télévision.

		E3A				Row Total
Count		Q	N	R		
Row	Pct	Réguliè- Rarement Pas du				
Col	Pct	rement			tout	
		-1	1	2	3	
I2		-----+-----+-----+-----+-----				
	-1	1		1		2
Q		50.0		50.0		.3
N		20.0		.3		
R						
	1	3	181	184	38	406
Analph		.7	44.6	45.3	9.4	52.4
		60.0	42.6	62.0	79.2	
	2		18	8	2	28
Coranique			64.3	28.6	7.1	3.6
			4.2	2.7	4.2	
	3	1	126	61	7	195
Primaire		.5	64.6	31.3	3.6	25.2
		20.0	29.6	20.5	14.6	
	4		49	27	1	77
Moyen			63.6	35.1	1.3	9.9
			11.5	9.1	2.1	
	5		44	14		58
Secondaire			75.9	24.1		7.5
			10.4	4.7		
	6		7	2		9
Supérieur			77.8	22.2		1.2
			1.6	.7		
	Column Total	5	425	297	48	775
		.6	54.8	38.3	6.2	100.0

truction et la fréquentation de la télévision.

La lecture verticale permet d'observer qu'un peu plus des trois quarts des femmes qui estiment suivre "régulièrement" ($42,6+4,2+29,6=76,4\%$) les émissions de télévision ont un niveau d'instruction soit nul : $42,6\%$, soit ne dépassant pas le primaire : $76,4-42,6=33,8\%$.

L'enquête a permis de révéler que ce sont les femmes du milieu "urbain" qui sont proportionnellement les plus branchées sur les émissions originaires de "chaînes étrangères" ($0,8 + 28,4$ soit) $29,2\%$ contre $9,1\%$ pour les femmes "rurales". A l'inverse, ce sont ces dernières qui voient, proportionnellement, plus les émissions de la "chaîne nationale" 90% contre $70,5\%$ pour celles du milieu "urbain".

Tabl. E39: Secteur de résidence et origine des émissions suivies

	Count Row Pct Col Pct	E3C				Row Total
		Q -1	N 1	R 2	1+2 3	
RES						
Urbain	1		273 70.5 47.2	3 .8 100.0	111 28.7 78.2	387 53.2
Rural	2	3 .9 100.0	306 90.0 52.8		31 9.1 21.8	340 46.8
	Column Total	3 .4	579 79.6	3 .4	142 19.5	727 100.0

L'"origine des émissions" suivies est nettement influencée par la condition économique comme il était logiquement attendu, compte tenu du prix du branchement aux émissions d'origine étrangère (38). De ce fait les "émissions" dont l'origine est la chaîne nationale sont le lot du pauvre: $91,8$ contre $73,1\%$ pour les femmes appartenant à la couche aisée. La réciproque est tout aussi vraie, les émissions dont l'origine est "étrangère" reviennent à la couche aisée et dans une moindre mesure à la couche moyenne: 25 et $20,8\%$ respectivement pour ces dernières contre seulement $7,1\%$ pour celles

(36) Il s'agit d'un marché investi à 95% par les escrocs de tout acabit, liés à des vendeurs de camelotte outre méditerranée.

Tabl. E40: Condition économique et origine des émissions suivies.

		E3C				Row Total
CEC	Count Row Pct Col Pct	Q N R	Natio- nale	Etran- gère	1+2	
			-1	1	2	3
Aisée	1		76	2	26	104
			73.1	1.9	25.0	14.3
			13.1	66.7	18.3	
Moyenne	2	2	413	1	109	525
		.4	78.7	.2	20.8	72.2
		66.7	71.3	33.3	76.8	
Défavorisée	3	1	90		7	98
		1.0	91.8		7.1	13.5
		33.3	15.5		4.9	
Column Total		3	579	3	142	727
		.4	79.6	.4	19.5	100.0

qui appartiennent à la couche défavorisée. Ainsi donc, apparaît une possibilité de creuser davantage les écarts entre capital culturel et symbolique. Les gens ne sont décidément pas égaux devant la télévision, loin s'en faut.

Tabl. E41: Cohabitation et origine des émissions suivies.

		E3C				Row Total
MI9A	Count Row Pct Col Pct	Q N R	Natio- nale	Etran- gère	1+2	
			-1	1	2	3
Q N R	-1		29		6	35
			82.9		17.1	4.8
			5.0		4.2	
Cohabite	1		223		50	273
			81.7		18.3	37.6
			38.5		35.2	
Ne cohabite pas	2	3	327	3	86	419
		.7	78.0	.7	20.5	57.6
		100.0	56.5	100.0	60.6	
Column Total		3	579	3	142	727
		.4	79.6	.4	19.5	100.0

D'un autre côté l'examen du tableau E41, permet encore une fois de voir que la "cohabitation" ne semble influencer que dans une légère mesure l'"origine des émissions" suivies. En effet 3,7 % séparent les deux groupes pour ce qui est de la chaîne nationale, la proportion la plus forte pour cette

origine des émissions est du côté de celles qui "cohabitent": 81,7 contre 78 %. Cependant, la différence s'amoin-drit concernant l'origine "étrangère" ou "mixte": 2,9 % la proportion la plus forte est cette fois du côté de celles qui "ne cohabitent pas", elles sont respectivement de: (0,7+20,5=) 21,2 % contre 18,3 %.

Le tableau E42 ci-dessous fait apparaître une corrélation statistique entre le "niveau d'instruction" et "l'origine des émissions de télévision suivies", beaucoup plus prononcée que précédemment. Ainsi l'origine "étrangère" des émissions suivies, passe de (7,9 + 0,5 soit) 8,4 % pour le groupe des femmes "analphabètes" à (11,1 + 55,6 soit) 66,7 % pour celles

Tableau E42: Niveau d'instruction et origine des chaînes suivies

		E3C				Row Total
Count	Row Pct Col Pct	Q	N	R	1+2	
		Natio- nale		Etran- gère		
		-1	1	2	3	
I2						
	-1	1	1			2
Q		50.0	50.0			.3
N		33.3	.2			
R						
	1	2	337		29	368
Analph		.5	91.6		7.9	50.6
		66.7	58.2		20.4	
	2		25		1	26
Coranique			96.2		3.8	3.6
			4.3		.7	
	3		142		46	188
Primaire			75.5		24.5	25.9
			24.5		32.4	
	4		43		33	76
Moyen			56.6		43.4	10.5
			7.4		23.2	
	5		28	2	28	58
Secondaire			48.3	3.4	48.3	8.0
			4.8	66.7	19.7	
	6		3	1	5	9
Supérieur			33.3	11.1	55.6	1.2
			.5	33.3	3.5	
Column		3	579	3	142	727
Total		.4	79.6	.4	19.5	100.0

du niveau "supérieur". A noter au passage l'entorse commise à cette corrélation par le groupe de femmes qui déclarent avoir le niveau de l'école "coranique", lequel enregistre la proportion la plus faible 3,8 % derrière celles des "analphabètes".

Concernant le "type d'émission préférée", le tableau E43 permet de constater que les proportions sont pour "El Moussalsalat" identiques que les femmes appartiennent au secteur de résidence "urbain" ou "rural", respectivement de 53 et de 53,8 %. Il en est autrement des "émissions éducatives" que les femmes urbaines suivent dans une proportion de 36,2 contre seulement 25,3 pour celles du secteur "rural". Ces dernières seraient par contre plus friandes que leurs homologues du secteur "urbain" pour les "émissions diverses" dans lesquelles il y a surtout les variétés et les films .

Tableau E43: Secteur de résidence et "type d'émissions" suivies

RES	Count Row Pct Col Pct	E3E				Row Total
		Q	N	R	Divers	
		-1	1	2	3	
Urbain	1	6	205	140	36	387
		1.6	53.0	36.2	9.3	53.2
		27.3	52.8	61.9	39.6	
Rural	2	16	183	86	55	340
		4.7	53.8	25.3	16.2	46.8
		72.7	47.2	38.1	60.4	
	Column Total	22 3.0	388 53.4	226 31.1	91 12.5	727 100.0

Le facteur économique apparaît cette fois nettement moins discriminant qu'il ne l'a été plus haut (pour la réception, le nombre de postes possédés, la fréquentation...). Une régularité remarquable est observable sur le tableau E44 ci-dessous, en particulier entre les femmes des couches aisées et moyennes, lesquelles, mis à part le petit penchant de plus des femmes de la couche aisée pour les "émissions éducatives" 33,7 contre 31,2 % pour la couche moyenne, et à l'inverse le petit penchant de plus des femmes appartenant à cette dernière couche pour les "émissions diverses" 13,9 %

Tableau E44: Condition économique et "type d'émissions" suivies

		E3E						
Count		Q	N	R	El Mous-	Educa-	Divers	Row
Row	Pct				salsalat	tives		Total
Col	Pct	-1			1	2	3	
CEC								
	1	3			55	35	11	104
Aisée		2.9			52.9	33.7	10.6	14.3
		13.6			14.2	15.5	12.1	
	2	14			274	164	73	525
Moyenne		2.7			52.2	31.2	13.9	72.2
		63.6			70.6	72.6	80.2	
	3	5			59	27	7	98
Défavorisée		5.1			60.2	27.6	7.1	13.5
		22.7			15.2	11.9	7.7	
Column		22			388	226	91	727
Total		3.0			53.4	31.1	12.5	100.0

contre 10,6 % pour la couche aisée, auraient tendance à avoir les mêmes motivations à fréquenter la télévision. Quant aux femmes de la couche défavorisée, elles auraient tendance à pencher plutôt du côté des "El Moussalssalat": 60,2 % et elles seraient légèrement moins portées sur les "émissions éducatives" et n'auraient et davantage moins encore sur les "émissions diverses". Mais dans l'ensemble, il faut convenir que les goûts semblent être partagés de la même manière pour toutes les couches.

Tableau E45: Cohabitation et "type d'émissions" suivies.

		E3E						
Count		Q	N	R	El Mous-	Educa-	Divers	Row
Row	Pct				salsalat	tives		Total
Col	Pct	-1			1	2	3	
MI9A								
	-1				21	9	5	35
Q N R					60.0	25.7	14.3	4.8
					5.4	4.0	5.5	
	1	5			151	87	30	273
Cohabite		1.8			55.3	31.9	11.0	37.6
		22.7			38.9	38.5	33.0	
	2	17			216	130	56	419
Ne cohabite pas		4.1			51.6	31.0	13.4	57.6
		77.3			55.7	57.5	61.5	
Column		22			388	226	91	727
Total		3.0			53.4	31.1	12.5	100.0

A l'examen, les "émissions suivies" semblent aussi bien partagées entre les femmes cohabitantes ou non. Encore une fois la cohabitation apparaît comme un facteur sans effet.

Concernant l'effet probable exercé par le niveau d'instruction sur le choix des "émissions suivies", la lecture horizontale du tableau E46 ci-dessous, n'en donne pas une idée

Tableau E46: Niveau d'instruction et "type d'émissions" suivies

	Count	E3E				Row Total
		Q	N	R	Divers	
Row Pct	Col Pct	El	Mous-	Educa-		
		salsalat	salat	tives		
		-1	1	2	3	
I2						
Q N R	-1		1	1		2
			50.0	50.0		.3
			.3	.4		
Analph	1	21	201	91	55	368
		5.7	54.6	24.7	14.9	50.6
		95.5	51.8	40.3	60.4	
Coranique	2		13	8	5	26
			50.0	30.8	19.2	3.6
			3.4	3.5	5.5	
Primaire	3	1	121	50	16	188
		.5	64.4	26.6	8.5	25.9
		4.5	31.2	22.1	17.6	
Moyen	4		29	38	9	76
			38.2	50.0	11.8	10.5
			7.5	16.8	9.9	
Secondaire	5		19	34	5	58
			32.8	58.6	8.6	8.0
			4.9	15.0	5.5	
Supérieur	6		4	4	1	9
			44.4	44.4	11.1	1.2
			1.0	1.8	1.1	
Column Total		22	388	226	91	727
		3.0	53.4	31.1	12.5	100.0

nette. La lecture verticale de ce même tableau permet cependant de constater que les "El Moussaissalat" sont préférés par $(51,8+3,4+31,2=)$ 86,4 % des femmes qui ont un niveau égal ou inférieur au "primaire", alors que seulement $(40,3+3,5+22,1=)$ 65,9 % d'entre ces dernières préfèrent les "émissions éducatives". A l'inverse, et réciproquement, seule

une proportion de femmes, ayant le niveau supérieur ou égal au moyen de $(7,5+4,9+1=)$ 13,4 % a des préférences pour les "El Moussalssalat", tandis que la proportion, d'entre ces femmes qui déclarent préférer les "émission éducatives", est de $(16,8+15+1=)$ 32,8 %.

Il faudrait donc dépasser cet écueil, au cas où il serait envisagé de réaliser des films documentaires ou des tables-rondes sur la question de la planification familiale, savoir doser entre le niveau scientifique et celui de la vulgarisation.

A la question délicate de savoir si des "émissions sur la planification familiale peuvent-être vues en famille", Les femmes résidant en secteur "urbain" répondent par l'affirmative dans une proportion de 76,5 % contre 67,1 % pour les femmes "rurales": soit une différence de 9,4 % en faveur des premières citées. A l'inverse la proportion de femmes urbaines qui répond négativement n'est que de 18,1 contre 27,8 % pour les femmes du secteur "rural": soit une différence de 9,7 % légèrement plus haute que la précédente, mais à la faveur des femmes du secteur "rural", du fait des QNR un peu plus importantes pour le secteur "urbain" que pour le secteur "urbain": 5,4 contre 5,1 %.

Tableau E47: Secteur de résidence et "possibilité de voir en famille des émissions télévisées sur la planification familiale".

		E4A			
Count		Q	N	R	
Row Pct	Col Pct	OUI		NON	Row Total
		-1	1	2	
RES					
	1	22	309	73	404
Urbain		5.4	76.5	18.1	52.1
		53.7	55.4	41.5	
	2	19	249	103	371
Rural		5.1	67.1	27.8	47.9
		46.3	44.6	58.5	
Column		41	558	176	775
Total		5.3	72.0	22.7	100.0

La condition économique, qui semble ne pas trop influencer entre la couche "aisée" et la couche "moyenne", paraît être

plus discriminante au regard des différences enregistrées entre les couches "aisée" et "moyenne" et la couche "défavorisée" concernant la réponse affirmative à la question de savoir "si les émissions télévisées sur la planification familiale peuvent-être vues en famille": 76,9 % pour la couche "aisée", contre seulement 60,9 % pour la couche "défavorisée", soit une différence de 16 %. Concernant la réponse négative à la même question, il apparait comme un rapprochement, les différences ne sont pas si tranchées: 18,5

Tableau E48: Condition économique et "possibilité de voir en famille des émissions télévisées sur la planification familiale".

	Count Row Pct Col Pct	E4A			Row Total
		Q N R	OUI	NON	
		-1	1	2	
CEC					
Aisée	1	5 4.6 12.2	83 76.9 14.9	20 18.5 11.4	108 13.9
Moyenne	2	22 4.0 53.7	405 73.4 72.6	125 22.6 71.0	552 71.2
Défavorisée	3	14 12.2 34.1	70 60.9 12.5	31 27.0 17.6	115 14.8
	Column Total	41 5.3	558 72.0	176 22.7	775 100.0

pour la couche "aisée", contre 27 % pour la couche "défavorisée". Il faut néanmoins ne pas oublier que la couche "défavorisée" enregistre une proportion de QNR de 12,2 contre 4,6 % pour la couche "aisée".

La cohabitation n'influe nullement sur la "possibilité ou non de voir des émissions télévisées sur la planification familiale".

Au contraire de la cohabitation, le niveau d'instruction semble influencer. Hormis l'entorse commise par les niveaux "coranique", qui ne représente que 3,6 % de l'ensemble des femmes, et "supérieur" qui n'enreprésente que 1,2 %, les réponses affirmatives à la question de savoir "si des

émissions sur la planification peuvent-être vues en famille", évoluent de 64,3 % pour les "analphabètes" à 87,9 % pour le

Tableau E49: Cohabitation et "possibilité de voir en famille des émissions télévisées sur la planification familiale".

		E4A			
		Count			
	Row Pct	Q	N R	OUI	NON
	Col Pct				
		-1	1	2	Row Total
MI9A					
	-1	1	34	2	37
Q N R		2.7	91.9	5.4	4.8
		2.4	6.1	1.1	
	1	19	207	68	294
Cohabite		6.5	70.4	23.1	37.9
		46.3	37.1	38.6	
	2	21	317	106	444
Ne cohabite pas		4.7	71.4	23.9	57.3
		51.2	56.8	60.2	
Column Total		41	558	176	775
		5.3	72.0	22.7	100.0

Tableau E50: Niveau d'instruction et "possibilité de voir en famille des émissions télévisées sur la planification familiale".

		E4A			
		Count			
	Row Pct	Q	N R	OUI	NON
	Col Pct				
		-1	1	2	Row Total
I2					
	-1		2		2
Q N R			100.0		.3
			.4		
	1	32	261	113	406
Analph		7.9	64.3	27.8	52.4
		78.0	46.8	64.2	
	2	7	173	43	223
Primaire		3.6	80.0	16.4	25.2
		17.1	31.0	24.5	
	4	2	122	20	144
Plus que primaire		2.6	83.1	14.3	9.9
		4.9	21.2	11.3	
Column Total		41	558	176	775
		5.3	72.0	22.7	100.0

niveau "secondaire" A l'inverse les réponses négatives à la même question varient entre 27,8 % pour les "analphabètes" à 12,1 % pour le niveau secondaire. L'influence du niveau d'instruction serait beaucoup plus nette que l'influence des conditions économiques.

2.2. La radio.

Le tabl. E51 met en évidence encore une fois la différences d'équipement entre les secteurs de résidence. Ainsi, alors que les femmes du secteur urbain sont dans une proportion de 26,2 % à déclarer ne pas disposer de radio, celles du secteur rural qui déclarent en être dépourvues représentent quant à elle un peu moins du double: 42.3 %. A l'inverse les proportions de femmes qui déclarent posséder au moins un poste radio sont respectivement pour le secteur urbain et rural de (64,6+ 6,9+1,0=) 72,5 % et de seulement (52,6+3,4=) 56,0 %.

Tabl.E51: Secteur de résidence et possession de postes radio.

		E6						
		Count					Row	
		Row Pct					Total	
		Col Pct						
			-1	0	1	2	3	
RES								
	1	5	106	261	28	4	404	
Urbain		1.2	26.2	64.6	6.9	1.0	46.4	
		38.5	35.0	51.6	63.6	100.0		
	2	8	197	245	16		466	
Rural		1.7	42.3	52.6	3.4		53.6	
		61.5	65.0	48.4	36.4			
	Column	13	303	506	44	4	870	
	Total	1.5	34.8	58.2	5.1	.5	100.0	

Au plan du nombre de postes radio par couple, le calcul permet de dire que les femmes du secteur urbain disposent de 0,84 postes radio en moyenne, tandis que celles du secteur rural ne disposent que de 0,60 radio en moyenne.

La lecture verticale de ce même tableau permet de voir que les femmes qui ne disposent pas de radio appartiennent dans une proportion de 65 % au secteur rural tandis que celles du milieu urbain n'en représentent que 35 %. A l'inverse les

femmes qui déclarent avoir au moins une radio appartiennent dans une proportion de 52,9 % au secteur urbain, tandis que celles du secteur rural n'en représentent que 47,1 %.

C'est donc encore une fois la vérification que le secteur rural est sensiblement moins équipé que le secteur urbain.

Cependant le tableau E52 ci-dessous permet de voir que la condition économique est encore plus discriminante. Alors que jusqu'à présent, il est apparu que les scores des femmes appartenant à la couche moyenne n'étaient jamais très loin de ceux réalisés par celles appartenant à la couche aisée. Ici au contraire, les femmes de la couche aisée sont dans une proportion de 21,6 % à ne pas disposer de radio, tandis que la proportion de celles appartenant à la couche moyenne est de 33 % soit un écart de $(33-21,6=)$ 11,4 %. Par ailleurs la proportion des femmes de la couche défavorisée qui déclarent ne pas disposer de radio est quant à elle très importante: 49,2 % soit des écarts respectifs entre celles-ci et celles de la couche moyenne d'une part et celles de la couche aisée d'autre part, de $(49,2-33=)$ 16,2 et de $(49,2-21,6=)$ 27,6 %.

Au plan du nombre de postes les femmes de la couche aisée disposent de 0,95 postes radio en moyenne contre respectivement 0,72 et 0,50 pour les femmes de la couche moyenne et celles de la couche défavorisée.

Tabl.E52: Condition économique et possession de postes radio.

		E6						
		Count						
		Row Pct						
		Col Pct						
			1	0	1	2	3	Row Total
CEC								
	Aisée	1	1	24	69	15	2	111
			1.9	21.6	62.2	13.5	1.8	12.8
			7.7	7.9	13.6	34.1	50.0	
Moyenne		2	9	192	350	29	2	582
			1.5	33.0	60.1	5.0	.3	66.9
			69.2	63.4	69.2	65.9	50.0	
Défavorisée		3	3	87	87			177
			1.7	49.2	49.2			20.3
			23.1	28.7	17.2			
Column			13	303	506	44	4	870

Total 1.5 34.8 58.2 5.1 .5 100.0

Le tableau E53 permet de voir que le facteur de la cohabitation semble moins agir que les facteurs secteur de résidence et "conditions économiques". Il apparaît quand même une propension chez les couples cohabitants à acquérir un peu plus d'équipement, le calcul du nombre de radio moyen par couple donne 0,75 pour les cohabitants contre seulement 0,69 pour ceux qui sont "autonomes".

Tabl.E53: Cohabitation et possession de postes radio.

		E6					
		Count					Row
		Row Pct					Total
		Col Pct	-1	0	1	2	3
M19A							
	1		22	25	2		49
Q N R			44.9	51.0	4.1		5.6
			7.3	4.9	4.5		
	1		7	110	183	25	2
Cohabite			2.1	33.6	56.0	7.6	.6
			53.8	36.3	36.2	56.8	50.0
	2		6	171	298	17	2
Ne cohabite pas			1.2	34.6	60.3	3.4	.4
			46.2	56.4	58.9	38.6	50.0
	Column		13	303	506	44	4
	Total		1.5	34.8	58.2	5.1	.5
							870
							100.0

L'instruction semble discriminante sur la propension à acquérir des postes radio non sur la base du niveau, mais sur la base de sa présence ou de son absence. Le tableau E54 permet de voir en effet que les femmes qui sont analphabètes déclarent ne pas disposer de radio dans une proportion de 44,5 %, tandis que celles qui sont soit du niveau primaire, soit du niveau plus que primaire sont respectivement dans des proportions non loin l'une de l'autre 24,5 % et 20 % à déclarer ne pas en avoir.

La lecture verticale du même tableau permet de voir que les femmes qui déclarent ne pas posséder de radio appartiennent pour 72,6 % aux analphabètes. Dès à présent, il peut être avancé que la communication sociale à établir avec le groupe des femmes analphabètes se fera pour une très grande partie d'entre elles en dehors des canaux des moyens de

communication de masse. Cette remarque est valable particulièrement pour la radio, car pour la télévision c'est la partie rurale de ce groupe de femmes qui est surtout concernée (voir supra 2.1, tabl. E35, p.78).

Tabl.E54: Niveau d'instruction et possession de postes radio.

		E6					
Count		Nombre de postes radio possédés					Row
Row Pct	Col Pct	-1	0	1	2	3	Total
I2							
	-1	1	1	1			3
Q N R		33.3	33.3	33.3			.3
		7.7	.3	.2			
	1	10	220	250	14		494
Analph		2.0	44.5	50.6	2.8		56.8
		76.9	72.6	49.4	31.8		
	3	2	55	154	16	1	228
Primaire		1.0	24.5	68.0	6.0	.5	23.0
		15.4	18.2	30.5	36.4	25.0	
	4		27	101	14	3	145
Plus que primaire			20.5	67.9	9.0	2.6	9.0
			8.9	20.0	31.8	75.0	
Column		13	303	506	44	4	870
Total		1.5	34.8	58.2	5.1	.5	100.0

Dans l'étude de la diffusion générale de la radio (voir supra 1.1.2.2., tabl. 11, p.33), il avait été clairement montré que la possibilité d'écouter la radio est absolument liée à la possession d'au moins un poste radio. Ce résultat a permis de ne prendre en considération pour l'écoute de la radio (tableau E55 ci-dessous) que les femmes qui déclarent posséder au moins une radio. De ce fait, et à la lecture du tableau E55, la première remarque qui vient à l'esprit concernant l'écoute de la radio (sans distinction de niveau) selon les secteurs de résidence, consiste à relever l'écart qui existe en faveur des femmes du secteur urbain: $\{((170+89)/(285+192))*100=\}$ 54,3 % contre $\{((115+103)/(285+192))*100=\}$ 45,70 % pour les femmes rurales, alors que les femmes rurales représentent dans l'ensemble des femmes $(466/870=)$ 53,6 % et que les femmes du secteur urbain ne représentent à l'inverse que 46,4 %. La part des femmes

rurales qui déclarent écouter la radio sur l'ensemble des femmes rurales donne une proportion de $[(115+103)/(466)]*100=$ 46,8 contre $[(170+89)/(404)]*100=$ 64,1 % pour celles du secteur urbain qui déclarent écouter la radio, rapportées à l'ensemble des femmes du secteur urbain.

Il s'agit donc d'écart sensible entre secteur urbain et secteur rural en matière de diffusion de la radio.

Concernant le niveau de l'écoute, les femmes du secteur urbain sont proportionnellement plus importantes à écouter régulièrement la radio que celles du secteur rural, l'écart enregistré entre les deux est de $(57-42,8=)$ 14,2 % en faveur des premières citées. Les femmes du secteur rural déclarent un peu plus que celles du secteur urbain écouter rarement la radio: 38,3 % contre 29,9 %, soit un écart de 8,4 %.

La lecture verticale du même tableau permet de voir en plus que les femmes du secteur rural ne représentent que 40,4% des femmes qui déclarent écouter régulièrement la radio, contre 59,6 % pour les femmes du secteur urbain, ce qui accroît davantage les écarts de diffusion de la radio entre les deux secteurs de résidence.

Tabl.E55: Secteur de résidence et écoute radio.

	Count Row Pct Col Pct	E7A				Row Total
		N R -1	Régulière- ment 1	Rarement 2	Pas du tout 3	
RES						
Urbain	1	5 1.7 38.5	170 57.0 59.6	89 29.9 46.4	34 11.4 44.2	298 52.6
Rural	2	8 3.0 61.5	115 42.8 40.4	103 38.3 53.6	43 16.0 55.8	269 47.4
Column Total		13 2.3	285 50.3	192 33.9	77 13.6	567 100.0

Il apparaît, très curieusement d'ailleurs, à la lecture du tableau E56 que la condition économique ne semble pas influencer sur l'écoute de la radio et le niveau de cette écoute. Hormis une légère tendance chez les femmes de la couche moyenne à écouter un peu plus régulièrement, et une autre

légère tendance des femmes de la couche aisée à ne pas écouter du tout la radio. Les écarts ne dépassent pas les 7,4 %.

Tabl.E56: Condition économique et écoute radio.

CEC	Count Row Pct Col Pct	E7A				Row Total
		N R	Regulie- rement	Rarement	Pas du tout	
		1	1	2	3	
Aisée	1	1 1.1 7.7	41 47.1 14.4	28 32.2 14.6	17 19.5 22.1	87 15.3
Moyenne	2	9 2.3 69.2	203 52.1 71.2	131 33.6 68.2	47 12.1 61.0	390 68.8
Défavorisée	3	3 3.3 23.1	41 45.6 14.4	33 36.7 17.2	13 14.4 16.9	90 15.9
Column Total		13 2.3	285 50.3	192 33.9	77 13.6	567 100.0

Le facteur cohabitation ne semble intervenir que légèrement: la proportion des femmes cohabitantes à déclarer écouter régulièrement est un peu moins importante que la proportion de celles qui ne cohabitent pas, respectivement 45,6 % et 52,9 % soit un écart de $(52,9-45,6=)$ 7,3 % en faveur des secondes citées.

Tabl.E57: Cohabitation et écoute radio.

ME9A	Count Row Pct Col Pct	E7A				Row Total
		N R	Regulie- rement	Rarement	Pas du tout	
		1	1	2	3	
U N R	1	15 55.6 5.3	11 40.7 5.7	1 3.7 1.3	27 4.8	
Cohabite	1	7 3.2 53.8	99 45.6 34.7	80 36.9 41.7	31 14.3 40.3	217 38.3
Ne cohabite pas	2	6 1.9 46.2	171 52.9 60.0	101 31.3 52.6	45 13.9 58.4	323 57.0
Column Total		13 2.3	285 50.3	192 33.9	77 13.6	567 100.0

Le tableau E58 met en évidence le fait que l'écoute de ne semble pas dépendre du niveau d'instruction. Il est permis, cependant, de dire que le facteur instruction intervient quelque peu, puisque les femmes analphabètes sont celles qui, proportionnellement, déclarent un peu moins que les femmes instruites (les deux niveaux confondus), écouter régulièrement la radio, 46,4 % contre $((98+60)/((173+118)*100=)$ 54,3 % soit un petit écart de $(54,3-46,4=)$ 7,9 %.

Une lecture verticale de ce même tableau permet de dire que la régularité de l'écoute radio est pour $(44,6+34,4=)$ 79 % le fait des femmes analphabètes et de celles qui ont un niveau qui ne dépasse pas le primaire. C'est un résultat qu'il faut avoir présent à l'esprit lors de la confection des messages à faire passer par la radio.

Tabl.E58: Niveau d'instruction et écoute radio.

		E7A					
Count		N R		Réguliè-	Rarement	Pas du	Row Total
Row Pct	Col Pct	-1	1	rement	2	tout	
						3	
I2							
	-1	1			1		2
Q N R		50.0			50.0		.4
		7.7			.5		
	1	10	127	90	47		274
Analph		3.6	46.4	32.8	17.2		48.3
		76.9	44.6	46.9	61.0		
	2	2	98	58	15		173
Primaire		1.1	56.6	33.5	8.8		30.5
		15.4	34.4	30.2	19.5		
	3		60	43	15		118
Plus que primaire			50.9	36.4	12.7		20.8
			21.1	22.5	19.5		
Column Total		13	285	192	77		567
		2.3	50.3	33.9	13.6		100.0

Tabl.E59: Secteur de résidence et chaînes radio écoutées.

		E7C								
Count	Row Pct	QNR	Ch 1	Ch 2	Ch 3	Ch1 +	Di-	Miti-	1+3	Row
Col Pct		-1	1	2	3	Bahdja	vers	dja		Total
						4	5	6	7	
RES										
1		5	202	4	3	23	10	11	6	264
Urbain		1.9	76.5	1.5	1.1	8.7	3.8	4.2	2.3	53.9
		26.3	53.4	40.0	60.0	63.9	76.9	84.5	37.5	
2		14	176	6	2	13	3	2	10	226
Rural		6.2	77.9	2.7	.9	5.8	1.3	.9	4.4	46.1
		73.7	46.6	60.0	40.0	36.1	23.1	15.4	62.5	
Column		19	378	10	5	36	13	13	16	490
Total		3.9	77.1	2.0	1.0	7.3	2.7	2.7	3.3	100.0

Tabl.E60: Condition économique et chaînes radio écoutées.

		E7C								
Count	Row Pct	QNR	Ch 1	Ch 2	Ch 3	Ch1 +	Di-	Miti-	1+3	Row
Col Pct		-1	1	2	3	Bahdja	vers	dja		Total
						4	5	6	7	
CEC										
1		2	51	1	3	5		4	4	70
Aisée		2.9	72.9	1.4	4.3	7.1		5.7	5.7	14.3
		10.5	13.5	10.0	60.0	13.9		30.8	25.0	
2		11	264	7	2	29	12	9	9	343
Moy.		3.2	77.0	2.0	.6	8.5	3.5	2.6	2.6	70.0
		57.9	69.8	70.0	40.0	80.6	92.3	69.2	56.3	
3		6	63	2		2	1		3	77
Déf.		7.8	81.8	2.6		2.6	1.3		3.9	15.7
		31.6	16.7	20.0		5.6	7.7		18.8	
Column		19	378	10	5	36	13	13	16	490
Total		3.9	77.1	2.0	1.0	7.3	2.7	2.7	3.3	100.0

Tabl.E61: Cohabitation et chaînes radio écoutées.

		E7C								
Count		QNR	Ch 1	Ch 2	Ch 3	Ch1 +	Di-	Miti-	1+3	
Row Pct	Col Pct					Bahdja	vers	dja		Row
		-1	1	2	3	4	5	6	7	Total
MI9A										
-1			22			1	1		2	26
Q N R			84.6			3.8	3.8		7.7	5.3
			5.8			2.8	7.7		12.5	
Co	1	11	137	3	2	18	3	6	6	186
ha		5.9	73.7	1.6	1.1	9.7	1.6	3.2	3.2	38.0
bite		57.9	36.2	30.0	40.0	50.0	23.1	46.2	37.5	
Ne co-		8	219	7	3	17	9	7	8	278
habite		2.9	78.8	2.5	1.1	6.1	3.2	2.5	2.9	56.7
pas	2	42.1	57.9	70.0	60.0	47.2	69.2	53.8	50.0	
Column		19	378	10	5	36	13	13	16	490
Total		3.9	77.1	2.0	1.0	7.3	2.7	2.7	3.3	100.0

Tabl.E62: Niveau d'instruction et chaînes radio écoutées.

		E7C								
Count		QNR	Ch 1	Ch 2	Ch 3	Ch1 +	Di-	Miti-	1+3	
Row Pct	Col Pct					Bahdja	vers	dja		Row
										Total
I2										
-1		1	1							2
Q N R		50.0	50.0							.4
		5.3	.3							
1		16	185	6	1	10	4	1	4	227
Analph		7.0	81.5	2.6	.4	4.4	1.8	.4	1.8	46.3
		84.2	48.9	60.0	20.0	27.8	30.8	7.7	25.0	
2			16			2		1		19
Corani.			84.2			10.5		5.3		3.9
			4.2			5.6		7.7		
3		2	107	3	1	10	6	4	6	139
Prim.		1.4	77.0	2.2	.7	7.2	4.3	2.9	4.3	28.4
		10.5	28.3	30.0	20.0	27.8	46.2	30.8	37.5	
4			35	1	2	9	3	4	2	56
Moyen			62.5	1.8	3.6	16.1	5.4	7.1	3.6	11.4
			9.3	10.0	40.0	25.0	23.1	30.8	12.5	
5			32			3		2	4	41
Sec.			78.0			7.3		4.9	9.8	8.4
			8.5			8.3		15.4	25.0	
6			2		1	2		1		6
Sup.			33.3		16.7	33.3		16.7		1.2
			.5		20.0	5.6		7.7		
Column		19	378	10	5	36	13	13	16	490
Total		3.9	77.1	2.0	1.0	7.3	2.7	2.7	3.3	100.0

2.3. La presse écrite.Tabl.E63: Secteur de résidence et lecture de la presse.

	Count	E9A				Row Total
		Q	N	R		
		Régulière-		Rarement	Pas du	
Row Pct	Col Pct	- rement		tout		
RES		-1	1	2	3	
Urbain	1	3	49	79	90	221
		1.4	22.2	35.7	40.7	68.6
		60.0	80.3	64.2	67.7	
Rural	2	2	12	44	43	101
		2.0	11.9	43.6	42.6	31.4
		40.0	19.7	35.2	32.3	
Column Total		5	61	123	133	322
		1.6	18.9	38.2	41.3	100.0

Tabl.E64: Condition économique et lecture de la presse.

	Count	E9A				Row Total
		Q	N	R		
		Régulière-		Rarement	Pas du	
Row Pct	Col Pct	- rement		tout		
CEC		-1	1	2	3	
Aisée	1	2	7	24	24	57
		3.5	12.3	42.1	42.1	17.7
		40.0	11.5	19.5	18.0	
Moyenne	2	2	54	93	95	245
		.8	22.0	38.0	39.2	76.1
		40.0	38.5	75.6	72.2	
Défavorisée	3	1		6	13	20
		5.0		30.0	65.0	6.2
		20.0		4.9	9.8	
Column Total		5	61	123	133	322
		1.6	18.9	38.2	41.3	100.0

Tabl.E65: Cohabitation et lecture de la presse.

		E9A				Row Total
Count	Row Pct Col Pct	Q N R	Régulier- rement	Rarement	Pas du tout	
		-1	1	2	3	
M19A						
Q N R	-1		1 6.3 1.6	6 37.5 4.9	9 56.3 6.8	16 5.0
Cohabite	1	2 1.5 40.0	21 16.2 34.4	50 38.5 40.7	57 43.8 42.9	130 40.4
Ne cohabite pas	2	3 1.7 60.0	39 22.2 63.9	67 38.1 54.5	67 38.1 50.4	176 54.7
Column Total		5 1.6	61 18.9	123 38.2	133 41.3	322 100.0

Tabl.E66: Niveau d'instruction et lecture de la presse.

		E9A				Row Total
Count	Row Pct Col Pct	Q N R	Régulier- rement	Rarement	Pas du tout	
12						
Q N R	-1	1 100.0 20.0				1 .3
Analph	1			1 100.0 .8		1 .3
Coranique	2		1 8.3 1.6	2 16.7 1.6	9 75.0 6.8	12 3.7
Primaire	3	3 1.8 60.0	15 9.1 24.6	59 35.8 48.0	88 53.3 66.2	165 51.2
Moyen	4	1 1.3 20.0	22 28.6 36.1	29 37.7 23.6	25 32.5 18.8	77 23.9
Secondaire	5		21 36.8 34.4	25 43.9 20.3	11 19.3 8.3	57 17.7
Superieur	6		2 22.2 3.3	7 77.8 5.7		9 2.8
Column Total		5 1.6	61 18.9	123 38.2	133 41.3	322 100.0

Tabl.E67: Secteur de résidence et titres de la presse lus.

		E9C				
Count		Arabo-		Franco-	Divers	
Row Pct	Col Pct	-1	1	2	3	Row Total
RES						
	1	7	66	50	8	131
Urbain		5.3	50.4	38.2	6.1	69.3
		43.8	64.7	84.7	66.7	
	2	9	36	9	4	58
Rural		15.5	62.1	15.5	6.9	30.7
		56.3	35.3	15.3	33.3	
Column Total		16	102	59	12	189
		8.5	54.0	31.2	6.3	100.0

Tabl.E68: Condition économique et titres de la presse lus.

		E9C				
Count		Arabo-		Franco-	Divers	
Row Pct	Col Pct	-1	1	2	3	Row Total
CEC						
	1	4	10	14	5	33
Aisée		12.1	30.3	42.4	15.2	17.5
		25.0	10.4	21.5	41.7	
	2	11	81	50	7	149
Moyenne		7.4	54.4	33.6	4.7	78.8
		68.8	84.4	76.9	58.3	
	3	1	5	1		7
Défavorisée		14.3	71.4	14.3		3.7
		6.3	5.2	1.5		
Column Total		16	96	65	12	189
		8.5	50.8	34.4	6.3	100.0

Tabl.E69: Cohabitation et titres de la presse lus.

		E9C				
		Count				
	Row Pct		Arabo-	Franco-	Divers	Row
	Col Pct		phone	phone		Total
		-1	1	2	3	
MI9A						
	-1	1	5	1		7
Q N R		14.3	71.4	14.3		3.7
		6.3	5.2	1.5		
	1	3	44	20	6	73
Cohabite		4.1	60.3	27.4	8.2	38.6
		18.8	45.8	30.8	50.0	
	2	12	47	44	6	109
Ne cohabite pas		11.0	43.1	40.4	5.5	57.7
		75.0	49.0	67.7	50.0	
	Column Total	16	96	65	12	189
		8.5	50.8	34.4	6.3	100.0

Tabl.E70: Niveau d'instruction et titres de la presse lus.

		E9C				
		Count				
	Row Pct		Arabo-	Franco-	Divers	Row
	Col Pct	Q N R	phone	phone		Total
12						
	-1	1				1
Q N R		100.0				.5
		6.3				
	2		1			1
Analph.			100.0			.5
			1.0			
	2		3			3
Coranique			100.0			1.6
			3.1			
	3	8	41	21	7	77
Primaire		10.4	53.2	27.3	9.1	40.7
		50.0	42.7	32.3	58.3	
	4	4	28	17	3	52
Moyen		7.7	53.8	32.7	5.8	27.5
		25.0	29.2	26.2	25.0	
	5	2	21	23		46
Secondaire		4.3	45.7	50.0		24.3
		12.5	21.9	35.4		
	6	1	2	4	2	9
Superieur		11.1	22.2	44.4	22.2	4.8
		6.3	2.1	6.2	16.7	
	Column Total	16	96	65	12	189
		8.5	50.8	34.4	6.3	100.0

Tabl.E71: Secteur de résidence et lecture indirecte presse.

		E10				
		Count				
	Row Pct	Q	N R	Oui	Non	
		Col Pct			Row	
			-1	1	2	Total
RES						
	1		39	27	117	183
Urbain			21.3	14.8	63.9	33.4
			30.0	46.6	32.5	
	2		91	31	243	365
Rural			24.9	8.5	66.6	66.6
			70.0	53.4	67.5	
	Column		130	58	360	548
	Total		23.7	10.6	65.7	100.0

Tabl.E72: Condition économique et lecture indirecte presse.

		E10				
		Count				
	Row Pct	Q	N R	Oui	Non	
		Col Pct			Row	
			-1	1	2	Total
CEC						
	1		11	6	37	54
Aisée			20.4	11.1	68.5	9.9
			8.5	10.3	10.3	
	2		75	41	221	337
Moyenne			22.3	12.2	65.6	61.5
			57.7	70.7	61.4	
	3		44	11	102	157
Défavorisée			28.0	7.0	65.0	28.6
			33.8	19.0	28.3	
	Column		130	58	360	548
	Total		23.7	10.6	65.7	100.0

Tabl.E/3: Cohabitation et lecture indirecte de la presse.

		E10			
Count		Q	N	R	
Row	Pct	Oui			Non
Col	Pct				Row
		-1	1	2	Total
MI9A					
	-1	7	4	22	33
Q N R		21.2	12.1	66.7	6.0
		5.4	6.9	6.1	
	1	45	21	131	197
Cohabite		22.8	10.7	66.5	35.9
		34.6	36.2	36.4	
	2	78	33	207	318
Ne cohabite pas		24.5	10.4	65.1	58.0
		60.0	56.9	57.5	
Column		130	58	360	548
Total		23.7	10.6	65.7	100.0

2.4. La diffusion combinée des moyens de communication de masse.

Tabl.E74: Fréquentation tous médias et secteur de résidence.

	Count Row Pct Col Pct	RES		Row Total
		Urbain	Rural	
		1	2	
XCM				
Q N R	-1	3		3
		100.0		.3
		.7		
Aucun	0	11	94	105
		10.5	89.5	12.1
		2.7	20.2	
Radio seule	1	2	31	33
		6.1	93.9	3.8
		.5	6.7	
TV seule	2	97	136	233
		41.6	58.4	26.8
		24.0	29.2	
Journaux seuls	3		1	1
			100.0	.1
			.2	
Radio + TV	4	163	149	312
		52.2	47.8	35.9
		40.3	32.0	
Radio + Journaux	5	1	1	2
		50.0	50.0	.2
		.2	.2	
TV + Journaux	6	34	17	51
		66.7	33.3	5.9
		8.4	3.6	
Radio+ TV+ Journaux	7	93	37	130
		71.5	28.5	14.9
		23.0	7.9	
Column Total		404	466	870
		46.4	53.6	100.0

Tabl.E75: Fréquentation tous médias et condition économique.

		CEC			
		Count			
Row Pct	Col Pct	Aisée	Moy.	Déf.	Row Total
		1	2	3	
XCM					
	-1		3		3
Q N R			100.0		.3
			.5		
	0	7	41	57	105
Aucun		6.7	39.0	54.3	12.1
		6.3	7.0	32.2	
	1		12	21	33
Radio seule			36.4	63.6	3.8
			2.1	11.9	
	2	23	167	43	233
TV seule		9.9	71.7	18.5	26.8
		20.7	28.7	24.3	
	3			1	1
Journaux seuls				100.0	.1
				.6	
	4	50	212	50	312
Radio + TV		16.0	67.9	16.0	35.9
		45.0	36.4	28.2	
	5		2		2
Radio + Journaux			100.0		.2
			.3		
	6	12	37	2	51
TV + Journaux		23.5	72.5	3.9	5.9
		10.8	6.4	1.1	
	7	19	108	3	130
Radio+ TV+ Journaux		14.6	83.1	2.3	14.9
		17.1	18.6	1.7	
	Column Total	111	582	177	870
		12.8	66.9	20.3	100.0

Tabl.E76: Fréquentation tous médias et cohabitation.

	Count	COH			Row Total	
		Row Pct	Cohabitation			
			Q	N		R
	Col Pct	Oui	Non			
		-1	1	0		
XCM						
	-1		3		3	
Q N R			100.0		.3	
			.9			
	0	10	39	56	105	
Aucun		9.5	37.1	53.3	12.1	
		20.4	11.9	11.3		
	1	4	11	18	33	
Radio seule		12.1	33.3	54.5	3.8	
		8.2	3.4	3.6		
	2	12	89	132	233	
TV seule		5.2	38.2	56.7	26.8	
		24.5	27.2	26.7		
	3			1	1	
Journaux seuls				100.0	.1	
				.2		
	4	16	114	182	312	
Radio + TV		5.1	36.5	58.3	35.9	
		32.7	34.9	36.8		
	5		1	1	2	
Radio + Journaux			50.0	50.0	.2	
			.3	.2		
	6	1	17	33	51	
TV + Journaux		2.0	33.3	64.7	5.9	
		2.0	5.2	6.7		
	7	6	53	71	130	
Radio+ TV+ Journaux		4.6	40.8	54.6	14.9	
		12.2	16.2	14.4		
Column Total		49	327	494	870	
		5.6	37.6	56.8	100.0	

Tabl. E77: Fréquentation tous médias et niveau d'instruction.

XCM	Count	NIV				Row Total			
		Niveau d'instruction							
		Q	N	R	Aucun		Prim.	Prim.	et + 2
Col	Pct	Pct	Pct	Pct	Pct	Pct	Pct		
	1			2		1			3
Q N R				66.7		33.3			.3
				4		4			
	0			1	96	6	2		105
Aucun				1.0	91.4	5.7	1.9		12.1
				33.3	19.4	2.6	1.4		
	1				29	4			33
Radio seule					87.9	12.1			3.8
					5.9	1.8			
	2			1	178	45	9		233
TV seule				.4	76.4	19.3	3.9		26.8
				33.3	36.0	19.7	6.2		
	3					1			1
Journaux seuls						100.0			.1
						.4			
	4			1	188	95	28		312
Radio + TV				.3	60.3	30.4	9.0		35.9
				33.3	38.1	41.7	19.3		
	5					2			2
Radio + Journaux						100.0			.2
						.9			
	6				1	19	31		51
TV + Journaux					2.0	37.3	60.8		5.9
					.2	8.3	21.4		
	7					55	75		130
Radio+ TV+ Journaux						42.3	57.7		14.9
						24.1	51.7		
Column Total				3	494	228	145		870
				.3	56.8	26.2	16.7		100.0

Tabl.E78: Secteur de résidence et émissions ou articles sur la planification familiale marquants.

Page 1 of 1

	Count Row Pct Col Pct	E12A			Row Total
		O	N	R	
		Oui		Non	
		-1	1	2	
RBS					
	1	56	32	305	393
Urbain		14.2	8.1	77.6	51.4
		41.5	68.1	52.3	
	2	79	15	278	372
Rural		21.2	4.0	74.7	48.6
		58.5	31.9	47.7	
Column		135	47	583	765
Total		17.6	6.1	76.2	100.0

Tabl.E79: Condition économique et émissions ou articles sur la planification familiale marquants.

	Count Row Pct Col Pct	E12A			Row Total
		O	N	R	
		Oui		Non	
		-1	1	2	
CEC					
	1	16	7	81	104
Aisee		15.4	6.7	77.9	13.6
		11.9	14.9	13.9	
	2	88	37	416	541
Moyenne		16.3	6.8	76.9	70.7
		65.2	78.7	71.4	
	3	31	3	86	120
Defavorisee		25.8	2.5	71.7	15.7
		23.0	6.4	14.8	
Column		135	47	583	765
Total		17.6	6.1	76.2	100.0

Tabl.E80: Cohabitation et émissions ou articles sur la planification familiale marquants.

M19A	Count Row Pct Col Pct	E12A			Row Total
		Q	N	R	
		Oui	Non		
		-1	1	2	
Q N R	-1	9 23.1 6.7	2 5.1 4.3	28 71.8 4.8	39 5.1
Cohabite	1	49 17.0 36.3	23 8.0 48.9	216 75.0 37.0	288 37.6
Ne cohabite pas	2	77 17.6 57.0	22 5.0 46.8	339 77.4 58.1	438 57.3
Column Total		135 17.6	47 6.1	583 76.2	765 100.0

Tabl.E81: Niveau d'instruction et émissions ou articles sur la planification familiale marquant.

I2	Count Row Pct Col Pct	E12A			Row Total
		Q	N	R	
		Oui	Non		
		-1	1	2	
	-1	2			2
Q N R		100.0			.3
		1.5			
	1	90	11	297	398
Analph		22.6	2.8	74.6	52.0
		66.7	23.4	50.9	
	2	6	2	18	26
Coranique		23.1	7.7	69.2	3.4
		4.4	4.3	3.1	
	3	21	13	162	196
Primaire		10.7	6.6	82.7	25.6
		15.6	27.7	27.8	
	4	7	9	60	76
Moyen		9.2	11.8	78.9	9.9
		5.2	19.1	10.3	
	5	7	11	40	58
Secondaire		12.1	19.0	69.0	7.6
		5.2	23.4	6.9	
	6	2	1	6	9
Supérieur		22.2	11.1	66.7	1.2
		1.5	2.1	1.0	
Column		135	47	583	765
Total		17.6	6.1	76.2	100.0

Tabl.E82: Titres marquants sur le planification familiale et
secteur de résidence.

	Count Row Pct Col Pct	RES		Row Total
		Urbain	Rural	
		1	2	
E12B	-1	56 41.2	80 58.8	136 74.7
Banat	Houa 1	22 84.6	4 15.4	26 14.3
Emiss	PF 2	1 50.0	1 50.0	2 1.1
Spots	PF 3	1 50.0	1 50.0	2 1.1
Presse	écrite 4	2 50.0	2 50.0	4 2.2
Allo	Docteur 5	1 33.3	2 66.7	3 1.6
Démogr.	Tunis. 6	1 100.0		1 .5
Debat	PF 7		1 100.0	1 .5
Emiss	Relig 8		1 100.0	1 .5
Vit avec 12	9	1 100.0		1 .5
Croiss	démogr 10	1 100.0		1 .5
Emiss	75% 11	1 100.0		1 .5
Médecin familial	12		1 100.0	1 .5
Femme et société	13		1 100.0	1 .5
Dr Redouane Med	14	1 100.0		1 .5
	Column Total	88 48.4	94 51.6	182 100.0

Tabl.E83: Titres marquants sur le planification familiale et condition economique.

		CEC			Row Total
Count	Row Pct Col Pct	Aisée	Moyenne	Détavori sée	
		1	2	3	
E12B					
	-1	17 12.5	88 64.7	31 22.8	136 74.7
Banat	Houa	2 7.7	23 88.5	1 3.8	26 14.3
Emiss	PF		2 100.0		2 1.1
Spots	PF		2 100.0		2 1.1
Presse	ecrite	4 25.0	3 75.0		4 2.2
Allo	Docteur		2 66.7	1 33.3	3 1.6
Démogr	Tunis		1 100.0		1 .5
Débat	PF		1 100.0		1 .5
Emiss	Relig	8 100.0			1 .5
Vit avec	12		1 100.0		1 .5
Croiss	démogr		1 100.0		1 .5
Emiss	75%	11 100.0			1 .5
Médecin	familial			1 100.0	1 .5
Femme	société	13 100.0			1 .5
Dr Redouane	Med		1 100.0		1 .5
	Column Total	23 12.6	125 68.7	34 18.7	182 100.0

Tabl. E85: Titres marquants sur le planification familiale et niveau d'instruction.

Count		12							Row Total		
Row Pct	Col Pct	Q	N	R	Anai.	Cor.	Pri.	Moy.		Sec.	Sup.
		-1	1	2	3	4	5	6			
E12B											136
Q N R	-1	2	90	6	21	7	8	2			74.7
Banat Houa	1		7		10	4	5				26
			26.9		38.5	15.4	19.2				14.3
Emiss. PF	2				1	1					2
					50.0	50.0					1.1
Spots PF	3		1	1							2
			50.0	50.0							1.1
Presse écrite	4				1	2	1				4
					25.0	50.0	25.0				2.2
Allo Docteur	5		2					1			3
			66.7					33.3			1.6
Demogr. Tunis	6						1				1
							100.0				.5
Débat PF	7							1			1
								100.0			.5
Emiss. Reliq	8							1			1
								100.0			.5
Evil avec 12'	9							1			1
								100.0			.5
Croiss. demogr	10							1			1
								100.0			.5
Emiss. 75%	11				1						1
					100.0						.5
Médecin tamil.	12		1								1
			100.0								.5
Femme et société	13					1					1
						100.0					.5
D. Redouane Ned	14						1				1
							100.0				.5
		2	101	8	34	16	18	3			182
		1.1	55.5	4.4	18.7	8.8	9.9	1.6			100.0

2.5. Le dispensaire.Tabl.E86: Secteur de résidence et existence dispensaire.

		E13A				
		Count				
RES		Row Pct	N R	Non	Oui	Row
		Col Pct				Total
			-1	2	1	
	1		13	14	377	404
Urbain			3.2	3.5	93.3	46.4
			72.2	28.6	46.9	
	2		5	35	426	466
Rural			1.1	7.5	91.4	53.6
			27.8	71.4	53.1	
	Column		18	49	803	870
	Total		2.1	5.6	92.3	100.0

Tabl.E87: Secteur de résidence et distance au dispensaire.

		E13C				
		Count				
RES		Row Pct	<=3 km	>3<=10	>10 km	Row
		Col Pct				Total
			-1	1	2	3
	1		21	356	8	5
Urbain			5.4	91.3	2.1	1.3
			75.0	55.2	8.2	10.0
	2		7	289	90	45
Rural			1.6	67.1	20.9	10.4
			25.0	44.8	91.8	90.0
	Column		28	645	98	50
	Total		3.4	78.6	11.9	6.1
						821
						100.0

Tabl.E88: Secteur de résidence et fréquentation dispensaire.

		E13D				
		Count				
RES		Row Pct	Q N R	Régulière-	Rarement	Pas du
		Col Pct		rement		tout
			-1	1	2	3
	1		19	65	218	88
Urbain			4.9	16.7	55.9	22.6
			70.4	44.2	43.5	60.3
	2		8	82	283	58
Rural			1.9	19.0	65.7	13.5
			29.6	55.8	56.5	39.7
	Column		27	147	501	146
	Total		3.3	17.9	61.0	17.8
						821
						100.0

Tabl.E89: Condition économique et fréquentation dispensaire.

		E13D						
CEC	Count	Q	N	R	Réguliè- rement	Rarement	Pas du tout	Row Total
	Row Pct Col Pct	-1	1	2	3			
Aisée	1	4	11	53	35			103
		3.9	10.7	51.5	34.0			12.5
		14.8	7.5	10.6	24.0			
Moyenne	2	17	108	338	91			554
		3.1	19.5	61.0	16.4			67.5
		63.0	73.5	67.5	62.3			
Défavorisée	3	6	28	110	20			164
		3.7	17.1	67.1	12.2			20.0
		22.2	19.0	22.0	13.7			
Column Total		27	147	501	146			821
		3.3	17.9	61.0	17.8			100.0

Tabl.E90: Cohabitation et fréquentation dispensaire.

		E13D						
MISA	Count	Q	N	R	Réguliè- rement	Rarement	Pas du tout	Row Total
	Row Pct Col Pct	-1	1	2	3			
Q N R	-1		9	33	6			48
			18.8	68.8	12.5			5.8
			6.1	6.6	4.1			
Cohabite	1	7	60	189	51			307
		2.3	19.5	61.6	16.6			37.4
		25.9	40.8	37.7	34.9			
Ne cohabite pas	2	20	78	279	89			466
		4.3	16.7	59.9	19.1			56.8
		74.1	53.1	55.7	61.0			
Column Total		27	147	501	146			821
		3.3	17.9	61.0	17.8			100.0

2.6. Le cabinet medical privé.Tabl.E91: Secteur de résidence et fréquentation cabinet médical privé.

		E14				Row Total
Count		Q	N	R		
Row Pct	Col Pct	Réguliè- rement			Rarement	Pas du tout
		-1	1	2	3	
RES						
	1	6	113	251	34	404
Urbain		1.5	28.0	62.1	8.4	46.4
		40.0	50.9	47.4	32.7	
	2	9	109	278	70	466
Rural		1.9	23.4	59.7	15.0	53.6
		60.0	49.1	52.6	67.3	
Column		15	222	529	104	870
Total		1.7	25.5	60.8	12.0	100.0

Tabl.E92: Condition économique et fréquentation cabinet médical privé.

		E14				Row Total
Count		Q	N	R		
Row Pct	Col Pct	Réguliè- rement			Rarement	Pas du tout
		-1	1	2	3	
CEC						
	1	1	41	61	8	111
Aisée		.9	36.9	55.0	7.2	12.8
		6.7	18.5	11.5	7.7	
	2	9	155	362	56	582
Moyenne		1.5	26.6	62.2	9.6	66.9
		60.0	69.8	68.4	53.8	
	3	5	26	106	40	177
Défavorisée		2.8	14.7	59.9	22.6	20.3
		33.3	11.7	20.0	38.5	
Column		15	222	529	104	870
Total		1.7	25.5	60.8	12.0	100.0

Tabl.E93: Cohabitation et fréquentation cabinet médical privé.

		E14				Row Total
Count		Q	N	R		
MI9A	Row Pct Col Pct	Réguliè- rement			Rarement	Pas du tout
		-1	1	2	3	
	-1	2	2	34	11	49
Q N R		4.1	4.1	69.4	22.4	5.6
		13.3	.9	6.4	10.6	
	1	1	85	213	28	327
Cohabite		.3	26.0	65.1	8.6	37.6
		6.7	38.3	40.3	26.9	
	2	12	135	282	65	494
Ne cohabite pas		2.4	27.3	57.1	13.2	56.8
		80.0	60.8	53.3	62.5	
	Column Total	15	222	529	104	870
		1.7	25.5	60.8	12.0	100.0

Tabl.E94: Niveau d'instruction et fréquentation cabinet médical privé.

		E14					
		Count					
I2	Q N R	Row Pct	Q	N	R	Row Total	
		Col Pct	Régulièrement				Pas du tout
			-1	1	2	3	
	1				3	3	
	Q N R				100.0	.3	
					.6		
	1		9	105	311	69	494
	Analph		1.8	21.3	63.0	14.0	56.8
			60.0	47.3	58.8	66.3	
	2			6	18	4	28
	Coranique			21.4	64.3	14.3	3.2
				2.7	3.4	3.8	
	3		1	66	114	19	200
	Primaire		.5	33.0	57.0	9.5	23.0
			6.7	29.7	21.6	18.3	
	4		2	22	45	9	78
	Moyen		2.6	28.2	57.7	11.5	9.0
			13.3	9.9	8.5	8.7	
	5		3	19	33	3	58
	Secondaire		5.2	32.8	56.9	5.2	6.7
			20.0	8.6	6.2	2.9	
	6			4	5		9
	Supérieur			44.4	55.6		1.0
				1.8	.9		
	Column Total		15	222	529	104	870
			1.7	25.5	60.8	12.0	100.0

2.7. La diffusion des moyens "institutionnels" de communication interpersonnelle.

Tabl.E95: Secteur de résidence et fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical privé.

	SNT					Row Total
	Q N R	AUCUN	DISP-MED	DIS	MED	
	-1	0	1	2	3	
RES						
URBAIN	1 .2 14.3	6 1.5 28.6	280 61.9 44.9	33 8.2 36.3	114 28.2 58.8	404 46.4
RURAL	6 1.3 85.7	15 3.2 71.4	307 65.9 55.1	58 12.4 63.7	80 17.2 41.2	466 53.6
Column Total	7 .8	21 2.4	557 64.0	91 10.5	194 22.3	870 100.0

Tabl.E96: Condition économique et fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical privé.

	SNT					Row Total
	Q N R	AUCUN	DISP-MED	DIS	MED	
	-1	0	1	2	3	
CEC						
AISEE	1 .9 14.3	2 1.8 9.5	58 52.3 10.4	6 5.4 6.6	44 39.6 22.7	111 12.8
MOYENNE	2 .3 28.6	8 1.4 38.1	391 67.2 70.2	55 9.5 60.4	126 21.6 64.9	582 66.9
DEFAVO.	4 2.3 57.1	11 6.2 52.4	108 61.0 19.4	30 16.9 33.0	24 13.6 12.4	177 20.3
Column Total	7 .8	21 2.4	557 64.0	91 10.5	194 22.3	870 100.0

Tabl.E97: Cohabitation et fréquentation du dispensaire et /
ou du cabinet médical privé.

		SNT					Row Total
		Q N R	AUCUN	DISP-MED	DIS	MED	
		-1	0	1	2	3	
COH			1	30	12	6	49
	Q N R		2.0 4.8	61.2 5.4	24.5 13.2	12.2 3.1	5.6
OUI		1	2	223	26	75	327
		.3 14.3	.6 9.5	68.2 40.0	8.0 28.6	22.9 38.7	37.6
NON		6	18	304	53	113	494
		1.2 85.7	3.6 85.7	61.5 54.6	10.7 58.2	22.9 58.2	56.8
		7	21	557	91	194	870
		.8	2.4	64.0	10.5	22.3	100.0

Tabl.E98: Niveau d'instruction et fréquentation du dispensaire et / ou du cabinet médical privé.

		SNT					Row Total
		Q N R	AUCUN	DISP-MED	DIS	MED	
		-1	0	1	2	3	
I2				3			3
	Q N R			100.0			.3
				.5			
		6	16	318	56	98	494
	Analph	1.2	3.2	64.4	11.3	19.8	56.8
		85.7	76.2	57.1	61.5	50.5	
				18	4	6	28
	Cora.			64.3	14.3	21.4	3.2
				3.2	4.4	3.1	
			1	138	19	42	200
	Prim.		.5	69.0	9.5	21.0	23.0
			4.8	24.8	20.9	21.6	
			3	49	8	18	78
	Moyen		3.8	62.8	10.3	23.1	9.0
			14.3	8.8	8.8	9.3	
		1	1	28	4	24	58
	Second.	1.7	1.7	48.3	6.9	41.4	6.7
		14.3	4.8	5.0	4.4	12.4	
				3		6	9
	Supé.			33.3		66.7	1.0
				.5		3.1	
		7	21	557	91	194	870
		.8	2.4	64.0	10.5	22.3	100.0

2.8. La "qabla".

Tabl.E99: Secteur de résidence et discussion avec la "qabla".

		C7				
		Count				
		Row Pct	Q N R	NON	OUI	
		Col Pct				
			-1	0	1	Row Total
RES						
	1		1	274	129	404
URBAIN			.2	67.8	31.9	46.4
			16.7	44.3	52.4	
	2		5	344	117	466
RURAL			1.1	73.8	25.1	53.6
			83.3	55.7	47.6	
	Column Total		6	618	246	870
			.7	71.0	28.3	100.0

Tabl.E100: Condition économique et discussion avec la "qabla".

		C7				
		Count				
		Row Pct	Q N R	NON	OUI	
		Col Pct				
			-1	0	1	Row Total
CEC						
	1			82	29	111
AISEE				73.9	26.1	12.8
				13.3	11.8	
	2		4	408	170	582
MOYENNE			.7	70.1	29.2	66.9
			66.7	66.0	69.1	
	3		2	128	47	177
DEFAVORISEE			1.1	72.3	26.6	20.3
			33.3	20.7	19.1	
	Column Total		6	618	246	870
			.7	71.0	28.3	100.0

Tabl.E101: Cohabitation et discussion avec la "qabla".

		C7				
		Count				
COH	Q N R	Row Pct	Q N R	NON	OUI	Row Total
		Col Pct	-1	2	1	
	-1			28	21	49
				57.1	42.9	5.6
				4.5	8.5	
	1		2	253	72	327
			.6	77.4	22.0	37.6
			33.3	40.9	29.3	
	2		4	337	153	494
			.8	68.2	31.0	56.8
			66.7	54.5	62.2	
	Column Total		6	618	246	870
			.7	71.0	28.3	100.0

Tabl.E102: Niveau d'instruction et discussion avec la "qabla".

		C7				
		Count				
I2	Q N R	Row Pct	Q N R	OUI	NON	Row Total
		Col Pct				
	-1				3	3
					100.0	.3
					.5	
	1		5	122	367	494
			1.0	24.7	74.3	56.8
			83.3	49.6	59.4	
	2			7	21	28
				25.0	75.0	3.2
				2.8	3.4	
	3		1	63	136	200
			.5	31.5	68.0	23.0
			16.7	25.6	22.0	
	4			28	50	78
				35.9	64.1	9.0
				11.4	8.1	
	5			23	35	58
				39.7	60.3	6.7
				9.3	5.7	
	6			3	6	9
				33.3	66.7	1.0
				1.2	1.0	
	Column Total		6	246	618	870
			.7	28.3	71.0	100.0

2.9. L'"homme de religion".

Tabl.E103: Secteur de résidence et discussion avec "homme de religion" autour de la PF.

	Count Row Pct Col Pct	C8A			Row Total	
		Q	N R	NON		OUI
		-1	0	1		
RES						
URBAIN	1	4	348	52	404	
		1.0	86.1	12.9	46.4	
		30.8	46.3	49.1		
RURAL	2	9	403	54	466	
		1.9	86.5	11.6	53.6	
		69.2	53.7	50.9		
Column Total		13	751	106	870	
		1.5	86.3	12.2	100.0	

Tabl.E104: Condition économique et discussion avec "homme de religion" autour de la PF.

	Count Row Pct Col Pct	C8A			Row Total	
		Q	N R	NON		OUI
		-1	0	1		
CEC						
AISEE	1	96	15	111		
		86.5	13.5	12.8		
		12.8	14.2			
MOYENNE	2	8	495	79	582	
		1.4	85.1	13.6	66.9	
		61.5	65.9	74.5		
DEFAVORISEE	3	5	160	12	177	
		2.8	90.4	6.8	20.3	
		38.5	21.3	11.3		
Column Total		13	751	106	870	
		1.5	86.3	12.2	100.0	

Tabl.E105: Cohabitation et discussion avec "homme de religion"
autour de la PF.

		C8A			
Count		Q	N	R	
Row Pct	Col Pct	OUI		NON	
		-1	1	2	Row Total
COH					
	-1		5	44	49
Q N R			10.2	89.8	5.6
			4.7	5.9	
	1	2	39	286	327
OUI		.6	11.9	87.5	37.6
		15.4	36.8	38.1	
	2	11	62	421	494
NON		2.2	12.6	85.2	56.8
		84.6	58.5	56.1	
Column Total		13	106	751	870
		1.5	12.2	86.3	100.0

Tabl.E106: Niveau d'instruction et discussion avec "homme de religion" autour de la PF.

		C8A			
		Count			
		Row Pct	Q N R	OUI	NON
		Col Pct			Row Total
I2					
	-1		1		2
Q N R			33.3		66.7
			7.7		.3
	1		9	59	426
Analph			1.8	11.9	86.2
			69.2	55.7	56.7
	2			7	21
Coranique				25.0	75.0
				6.6	2.8
	3		1	24	175
Primaire			.5	12.0	87.5
			7.7	22.6	23.3
	4			8	70
Moyen				10.3	89.7
				7.5	9.3
	5		2	8	48
Secondaire			3.4	13.8	82.8
			15.4	7.5	6.4
	6				9
Supérieur					100.0
					1.2
	Column Total		13	106	751
			1.5	12.2	86.3
					100.0

2.10. La diffusion des moyens "informels" de communication interpersonnelle.

Tabl.E107: Secteur de résidence et discussion avec "gabla" et /ou "homme de religion" autour de la PF.

	Count Row Pct Col Pct	INF			NON	OUI	Row Total
		Q	N	R			
		-1	0	1			
RES							
	1		2	236	166	404	
URBAIN		.5	18.2	58.4	41.1	46.4	
	2		9	299	158	466	
RURAL		1.9	81.8	64.2	33.9	53.6	
	Column Total		11 1.3	535 61.5	324 37.2	870 100.0	

Tabl.E108: Condition économique et discussion avec "gabla" et /ou "homme de religion" autour de la PF.

	Count Row Pct Col Pct	INF			NON	OUI	Row Total
		Q	N	R			
		-1	0	1			
CEC							
	1			71	40	111	
AISEE				64.0	36.0	12.8	
	2		6	349	227	582	
MOYENNE		1.0	54.5	60.0	39.0	66.9	
	3		5	115	57	177	
DEFAVORISEE		2.8	45.5	65.0	32.2	20.3	
	Column Total		11 1.3	535 61.5	324 37.2	870 100.0	

Tabl.E109: Cohabitation et discussion avec "qabla" et / ou "homme de religion" autour de la PF.

		INF			
Count		Q	N	R	
Row Pct	Col Pct	NON			OUI
		-1	0	1	Row Total
COH					
	-1		25	24	49
Q N R			51.0	49.0	5.6
			4.7	7.4	
	1	3	222	102	327
OUI		.9	67.9	31.2	37.6
		27.3	41.5	31.5	
	2	8	288	198	494
NON		1.6	58.3	40.1	56.8
		72.7	53.8	61.1	
Column Total		11	535	324	870
		1.3	61.5	37.2	100.0

Tabl.E110: Niveau d'instruction et discussion avec "gabla" et /ou "homme de religion" autour de la PF.

	Count Row Pct Col Pct	INF			Row Total
		Q	N	R	
		NON	OUI		
		-1	0	1	
I2					
Q N R	1	1	2		3
		33.3	66.7		.3
		9.1	.4		
Analph	1	7	318	169	494
		1.4	64.4	34.2	56.8.
		63.6	59.4	52.2	
Coranique	2		17	11	28
			60.7	39.3	3.2
			3.2	3.4	
Primaire	3	2	117	81	200
		1.0	58.5	40.5	23.0
		18.2	21.9	25.0	
Moyen	4		45	33	78
			57.7	42.3	9.0
			8.4	10.2	
Secondaire	5	1	30	27	58
		1.7	51.7	46.6	6.7
		9.1	5.6	8.3	
Supérieur	6		6	3	9
			66.7	33.3	1.0
			1.1	.9	
Column Total		11	535	324	870
		1.3	61.5	37.2	100.0

A N N E X E S

AG AGE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	18	2	.2	.2	.2
	19	5	.6	.6	.8
	20	5	.6	.6	1.4
	21	11	1.3	1.3	2.6
	22	13	1.5	1.5	4.1
	23	19	2.2	2.2	6.3
	24	13	1.5	1.5	7.8
	25	14	1.6	1.6	9.4
	26	30	3.4	3.4	12.9
	27	24	2.8	2.8	15.6
	28	32	3.7	3.7	19.3
	29	35	4.0	4.0	23.3
	30	38	4.4	4.4	27.7
	31	27	3.1	3.1	30.8
	32	45	5.2	5.2	36.0
	33	36	4.1	4.1	40.1
	34	39	4.5	4.5	44.6
	35	37	4.3	4.3	48.9
	36	35	4.0	4.0	52.9
	37	55	6.3	6.3	59.2
	38	33	3.8	3.8	63.0
	39	40	4.6	4.6	67.6
	40	32	3.7	3.7	71.3
	41	39	4.5	4.5	75.7
	42	36	4.1	4.1	79.9
	43	27	3.1	3.1	83.0
	44	31	3.6	3.6	86.6
	45	20	2.3	2.3	88.9
	46	20	2.3	2.3	91.1
	47	19	2.2	2.2	93.3
	48	23	2.6	2.6	96.0
	49	20	2.3	2.3	98.3
	50	15	1.7	1.7	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I2 INSTRUCTION

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	3	.3	.3	.3
Analph	1	494	56.8	56.8	57.1
Coranique	2	28	3.2	3.2	60.3
Primaire	3	200	23.0	23.0	83.3
Moyen	4	78	9.0	9.0	92.3
Secondaire	5	58	6.7	6.7	99.0
Supérieur	6	9	1.0	1.0	100.0
Total		870	100.0	100.0	

I3A OCCUPATION DE LA FEMME

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	20	2.3	2.3	2.3
OUI	1	41	4.7	4.7	7.0
NON	2	809	93.0	93.0	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I3B PROFESSION DE LA FEMME

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	20	2.3	2.3	2.3
	0	809	93.0	93.0	95.3
Enseignante	1	15	1.7	1.7	97.0
Secrétaire	2	2	.2	.2	97.2
Couturière	3	14	1.6	1.6	98.9
Projeteur	4	1	.1	.1	99.0
Administrateur	5	1	.1	.1	99.1
Coiffeuse	6	1	.1	.1	99.2
Dentiste	7	2	.2	.2	99.4
Agent service	8	2	.2	.2	99.7
Opératrice PTT	9	2	.2	.2	99.9
TS Santé	10	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I3C ANCIENNETE TRAVAIL

Value Label	Value	Valid Frequency	Cum Percent	Percent	Percent
	-1	30	3.4	3.4	3.4
	0	809	93.0	93.0	96.4
	1	3	.3	.3	96.8
	2	1	.1	.1	96.9
	4	3	.3	.3	97.2
	5	1	.1	.1	97.4
	6	1	.1	.1	97.5
	8	3	.3	.3	97.8
	9	1	.1	.1	97.9
	10	2	.2	.2	98.2
	11	1	.1	.1	98.3
	13	5	.6	.6	98.9
	14	2	.2	.2	99.1
	15	2	.2	.2	99.3
	17	1	.1	.1	99.4
	18	1	.1	.1	99.5
	20	1	.1	.1	99.7
	21	2	.2	.2	99.9
	25	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I3D OCCUPATION SUPPLEMENTAIRE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	21	2.4	2.4	2.4
	0	847	97.4	97.4	99.8
Couturière	3	2	.2	.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

I4 REVENU DES FEMMES OCCUPEES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	32	3.7	3.7	3.7
	0	809	93.0	93.0	96.7
	6000	2	.2	.2	96.9
	12000	3	.3	.3	97.2
	48000	1	.1	.1	97.4
	54000	1	.1	.1	97.5
	60000	4	.5	.5	97.9
	66000	1	.1	.1	98.0
	72000	2	.2	.2	98.3
	73200	1	.1	.1	98.4
	75600	1	.1	.1	98.5
	78000	1	.1	.1	98.6
	84000	5	.6	.6	99.2
	93930	1	.1	.1	99.3
	96000	2	.2	.2	99.5
	97200	1	.1	.1	99.7
	99360	1	.1	.1	99.8
	132000	1	.1	.1	99.9
	144000	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

I5 NOMBRE DE MARIAGES DES FEMMES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	54	6.2	6.2	6.2
	1	755	86.8	86.8	93.0
	2	54	6.2	6.2	99.2
	3	6	.7	.7	99.9
	4	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

I6

ANNEE 1er MARIAGE DES FEMMES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	2	.2	.2	.2
	55	1	.1	.1	.3
	56	1	.1	.1	.5
	57	1	.1	.1	.6
	58	8	.9	.9	1.5
	59	7	.8	.8	2.3
	60	11	1.3	1.3	3.6
	61	10	1.1	1.1	4.7
	62	12	1.4	1.4	6.1
	63	19	2.2	2.2	8.3
	64	13	1.5	1.5	9.8
	65	25	2.9	2.9	12.6
	66	16	1.8	1.8	14.5
	67	19	2.2	2.2	16.7
	68	36	4.1	4.1	20.8
	69	22	2.5	2.5	23.3
	70	33	3.8	3.8	27.1
	71	19	2.2	2.2	29.3
	72	29	3.3	3.3	32.6
	73	34	3.9	3.9	36.6
	74	32	3.7	3.7	40.2
	75	42	4.8	4.8	45.1
	76	43	4.9	4.9	50.0
	77	33	3.8	3.8	53.8
	78	30	3.4	3.4	57.2
	79	44	5.1	5.1	62.3
	80	33	3.8	3.8	66.1
	81	34	3.9	3.9	70.0
	82	39	4.5	4.5	74.5
	83	36	4.1	4.1	78.6
	84	22	2.5	2.5	81.1
	85	34	3.9	3.9	85.1
	86	28	3.2	3.2	88.3
	87	28	3.2	3.2	91.5
	88	25	2.9	2.9	94.4
	89	17	2.0	2.0	96.3
	90	21	2.4	2.4	98.7
	91	11	1.3	1.3	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I7A

PARENTE CONJOINT

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	6	.7	.7	.7
OUI	1	276	31.7	31.7	32.4
NON	2	588	67.6	67.6	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I7B BLED CONJOINT

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	8	.9	.9	.9
OUI	1	531	61.0	61.0	62.0
NON	2	331	38.0	38.0	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I8A CHOIX PERSONNEL EPOUX

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	1	.1	.1	.1
OUI	1	180	20.7	20.7	20.8
NON	2	689	79.2	79.2	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I8B AUTRE CHOIX EPOUX

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	5	.6	.6	.6
	0	180	20.7	20.7	21.3
Mère	1	77	8.9	8.9	30.1
Père	2	283	32.5	32.5	62.6
Autre parent	3	115	13.2	13.2	75.9
Amis	4	8	.9	.9	76.8
Mère-père	5	176	20.2	20.2	97.0
Destin	6	18	2.1	2.1	99.1
Amis-parents-voisins	7	8	.9	.9	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I9A AIDE DES PARENTS POUR L'ELEVAGE DES ENFANTS

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	2	.2	.2	.2
OUI	1	173	19.9	19.9	20.1
NON	2	695	79.9	79.9	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

I9B TYPE AIDE DES PARENTS

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	15	1.7	1.7	1.7
	0	695	79.9	79.9	81.6
S'en occupent	1	129	14.8	14.8	96.4
Garde vacances	2	5	.6	.6	97.0
1 ou 2 enfants pris	3	5	.6	.6	97.6
finances	4	12	1.4	1.4	99.0
ménage	5	9	1.0	1.0	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

RES SECTEUR HABITAT

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
urbain	1	404	46.4	46.4	46.4
rural	2	466	53.6	53.6	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

CAG CATEGORIE D'AGE FEMMES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
18-19	1	12	1.4	1.4	1.4
20-24	2	71	8.2	8.2	9.5
25-29	3	160	18.4	18.4	27.9
30-34	4	185	21.3	21.3	49.20
35-39	5	194	22.3	22.3	71.5
40-44	6	152	17.5	17.5	89.0
45-49	7	96	11.0	11.0	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

CSP CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DE L'EPOUX

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	1	.1	.1	.1
Indépendant	1	8	.9	.9	1.0
Employeur /Entrepr.	2	250	28.7	28.7	29.8
Cadre Sup./Prof. Libé.	3	24	2.8	2.8	32.5
Cadre Moyen	4	145	16.7	16.7	49.2
Ouvrier	5	206	23.7	23.7	72.9
Employés	6	86	9.9	9.9	82.8
Manouvreur/saisonnier	7	125	14.4	14.4	97.1
Retraité	8	17	2.0	2.0	99.1
Chômeur et Inactifs	9	8	.9	.9	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

MI2 Instruction époux

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	50	5.7	5.7	5.7
Analph	1	292	33.6	33.6	39.3
Coranique	2	94	10.8	10.8	50.1
Primaire	3	191	22.0	22.0	72.1
Moyen	4	119	13.7	13.7	85.7
Secondaire	5	86	9.9	9.9	95.6
Supérieur	6	38	4.4	4.4	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

MI9A Cohabitation avec parents

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	49	5.6	5.6	5.6
OUI	1	327	37.6	37.6	43.2
NON	2	494	56.8	56.8	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

TOP		taux occupation pièce			
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1.0	51	5.9	5.9	5.9
	.1	1	.1	.1	6.0
	.2	2	.2	.2	6.2
	.6	1	.1	.1	6.3
	.8	6	.7	.7	7.0
	.9	1	.1	.1	7.1
	1.0	19	2.2	2.2	9.3
	1.1	1	.1	.1	9.4
	1.2	15	1.7	1.7	11.1
	1.3	16	1.8	1.8	13.0
	1.4	2	.2	.2	13.2
	1.5	31	3.6	3.6	16.8
	1.6	4	.5	.5	17.2
	1.7	34	3.9	3.9	21.1
	1.8	25	2.9	2.9	24.0
	2.0	81	9.3	9.3	33.3
	2.2	34	3.9	3.9	37.2
	2.3	23	2.6	2.6	39.9
	2.4	6	.7	.7	40.6
	2.5	38	4.4	4.4	44.9
	2.6	1	.1	.1	45.1
	2.7	29	3.3	3.3	48.4
	2.8	16	1.8	1.8	50.2
	3.0	83	9.5	9.5	59.8
	3.2	4	.5	.5	60.2
	3.3	30	3.4	3.4	63.7
	3.5	35	4.0	4.0	67.7
	3.6	1	.1	.1	67.8
	3.7	14	1.6	1.6	69.4
	3.8	11	1.3	1.3	70.7
	4.0	58	6.7	6.7	77.4
	4.2	2	.2	.2	77.6
	4.3	4	.5	.5	78.0
	4.5	37	4.3	4.3	82.3
	4.7	2	.2	.2	82.5
	4.8	1	.1	.1	82.6
	5.0	54	6.2	6.2	88.9
	5.2	1	.1	.1	89.0
	5.3	4	.5	.5	89.4
	5.5	9	1.0	1.0	90.5
	5.7	2	.2	.2	90.7
	6.0	23	2.6	2.6	93.3
	6.5	2	.2	.2	93.6
	7.0	11	1.3	1.3	94.8
	7.5	1	.1	.1	94.9
	8.0	15	1.7	1.7	96.7
	8.5	1	.1	.1	96.8
	9.0	14	1.6	1.6	98.4
	10.0	7	.8	.8	99.2
	11.0	4	.5	.5	99.7
	12.0	1	.1	.1	99.8
	13.0	1	.1	.1	99.9
	22.0	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

AGM âge 1er mariage

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	2	.2	.2	.2
	10	2	.2	.2	.5
	11	1	.1	.1	.6
	12	5	.6	.6	1.1
	13	11	1.3	1.3	2.4
	14	18	2.1	2.1	4.5
	15	33	3.8	3.8	8.3
	16	74	8.5	8.5	16.8
	17	108	12.4	12.4	29.2
	18	106	12.2	12.2	41.4
	19	112	12.9	12.9	54.3
	20	103	11.8	11.8	66.1
	21	67	7.7	7.7	73.8
	22	61	7.0	7.0	80.8
	23	40	4.6	4.6	85.4
	24	33	3.8	3.8	89.2
	25	26	3.0	3.0	92.2
	26	17	2.0	2.0	94.1
	27	10	1.1	1.1	95.3
	28	11	1.3	1.3	96.6
	29	5	.6	.6	97.1
	30	7	.8	.8	97.9
	31	4	.5	.5	98.4
	32	1	.1	.1	98.5
	33	3	.3	.3	98.9
	34	4	.5	.5	99.3
	35	1	.1	.1	99.4
	36	2	.2	.2	99.7
	37	1	.1	.1	99.8
	38	1	.1	.1	99.9
	39	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

DIP Présence dispensaire

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	18	2.1	2.1	2.1
	1	803	92.3	92.3	94.4
	2	49	5.6	5.6	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

DIE Eloignement dispensaire

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	28	3.2	3.2	3.2
	0	49	5.6	5.6	8.9
	1	163	18.7	18.7	27.6
	2	445	51.1	51.1	78.7
	3	37	4.3	4.3	83.0
	4	16	1.8	1.8	84.8
	5	18	2.1	2.1	86.9
	6	8	.9	.9	87.8
	7	24	2.8	2.8	90.6
	8	10	1.1	1.1	91.7
	9	5	.6	.6	92.3
	10	17	2.0	2.0	94.3
	11	2	.2	.2	94.5
	12	4	.5	.5	94.9
	13	3	.3	.3	95.3
	14	1	.1	.1	95.4
	15	19	2.2	2.2	97.6
	17	2	.2	.2	97.8
	18	2	.2	.2	98.0
	19	1	.1	.1	98.2
	20	6	.7	.7	98.9
	21	1	.1	.1	99.0
	23	2	.2	.2	99.2
	27	2	.2	.2	99.4
	30	1	.1	.1	99.5
	40	2	.2	.2	99.8
	70	1	.1	.1	99.9
	80	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

VEH Possession véhicule par le couple

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	40	4.6	4.6	4.6
OUI	1	191	22.0	22.0	26.6
NON	2	639	73.4	73.4	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

AGM AGE 1er MARIAGE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	2	.2	.2	.2
	10	2	.2	.2	.5
	11	1	.1	.1	.6
	12	5	.6	.6	1.1
	13	11	1.3	1.3	2.4
	14	18	2.1	2.1	4.5
	15	33	3.8	3.8	8.3
	16	74	8.5	8.5	16.8
	17	108	12.4	12.4	29.2
	18	106	12.2	12.2	41.4
	19	112	12.9	12.9	54.3
	20	103	11.8	11.8	66.1
	21	67	7.7	7.7	73.8
	22	61	7.0	7.0	80.8
	23	40	4.6	4.6	85.4
	24	33	3.8	3.8	89.2
	25	26	3.0	3.0	92.2
	26	17	2.0	2.0	94.1
	27	10	1.1	1.1	95.3
	28	11	1.3	1.3	96.6
	29	5	.6	.6	97.1
	30	7	.8	.8	97.9
	31	4	.5	.5	98.4
	32	1	.1	.1	98.5
	33	3	.3	.3	98.9
	34	4	.5	.5	99.3
	35	1	.1	.1	99.4
	36	2	.2	.2	99.7
	37	1	.1	.1	99.8
	38	1	.1	.1	99.9
	39	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

TE NAISSANCES VIVANTES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	57	6.6	6.6	6.6
	2	94	10.8	10.8	17.4
	3	99	11.4	11.4	28.7
	4	122	14.0	14.0	42.8
	5	84	9.7	9.7	52.4
	6	99	11.4	11.4	63.8
	7	101	11.6	11.6	75.4
	8	64	7.4	7.4	82.8
	9	61	7.0	7.0	89.8
	10	43	4.9	4.9	94.7
	11	22	2.5	2.5	97.2
	12	8	.9	.9	98.2
	13	5	.6	.6	98.7
	14	6	.7	.7	99.4
	15	3	.3	.3	99.8
	16	2	.2	.2	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

SM NAISSANCES VIVANTES MASCULINES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	1	.1	.1	.1
	0	68	7.8	7.8	7.9
	1	167	19.2	19.2	27.1
	2	177	20.3	20.3	47.5
	3	168	19.3	19.3	66.8
	4	121	13.9	13.9	80.7
	5	77	8.9	8.9	89.5
	6	45	5.2	5.2	94.7
	7	26	3.0	3.0	97.7
	8	15	1.7	1.7	99.4
	9	5	.6	.6	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

SF NAISSANCES VIVANTES FEMININES

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	1	.1	.1	.1
	0	94	10.8	10.8	10.9
	1	188	21.6	21.6	32.5
	2	179	20.6	20.6	53.1
	3	141	16.2	16.2	69.3
	4	129	14.8	14.8	84.1
	5	74	8.5	8.5	92.6
	6	37	4.3	4.3	96.9
	7	11	1.3	1.3	98.2
	8	10	1.1	1.1	99.3
	9	5	.6	.6	99.9
	12	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

MI MORTALITE INFANTILE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	716	82.3	82.3	82.3
	1	102	11.7	11.7	94.0
	2	35	4.0	4.0	98.0
	3	12	1.4	1.4	99.4
	4	4	.5	.5	99.9
	5	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

DC DATE A LA CONTRACEPTION

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	26	3.0	3.0	3.0
	0	198	22.8	22.8	25.7
	63	2	.2	.2	26.0
	64	2	.2	.2	26.2
	67	1	.1	.1	26.3
	68	3	.3	.3	26.7
	69	3	.3	.3	27.0
	70	1	.1	.1	27.1
	71	2	.2	.2	27.4
	72	8	.9	.9	28.3
	73	8	.9	.9	29.2
	74	8	.9	.9	30.1
	75	8	.9	.9	31.0
	76	16	1.8	1.8	32.9
	77	13	1.5	1.5	34.4
	78	22	2.5	2.5	36.9
	79	26	3.0	3.0	39.9
	80	33	3.8	3.8	43.7
	81	24	2.8	2.8	46.4
	82	34	3.9	3.9	50.3
	83	32	3.7	3.7	54.0
	84	43	4.9	4.9	59.0
	85	43	4.9	4.9	63.9
	86	38	4.4	4.4	68.3
	87	46	5.3	5.3	73.6
	88	54	6.2	6.2	79.8
	89	49	5.6	5.6	85.4
	90	45	5.2	5.2	90.6
	91	24	2.8	2.8	93.3
	92	51	5.9	5.9	99.2
	93	7	.8	.8	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

AGC AGE A LA CONTRACEPTION

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-1	26	3.0	3.0	3.0
N C	0	198	22.8	22.8	25.7
	14	1	.1	.1	25.9
	15	2	.2	.2	26.1
	16	4	.5	.5	26.6
	17	4	.5	.5	27.0
	18	6	.7	.7	27.7
	19	18	2.1	2.1	29.8
	20	34	3.9	3.9	33.7
	21	44	5.1	5.1	38.7
	22	28	3.2	3.2	42.0
	23	44	5.1	5.1	47.0
	24	48	5.5	5.5	52.5
	25	38	4.4	4.4	56.9
	26	49	5.6	5.6	62.5
	27	33	3.8	3.8	66.3
	28	38	4.4	4.4	70.7
	29	35	4.0	4.0	74.7
	30	33	3.8	3.8	78.5
	31	34	3.9	3.9	82.4
	32	21	2.4	2.4	84.8
	33	23	2.6	2.6	87.5
	34	20	2.3	2.3	89.8
	35	14	1.6	1.6	91.4
	36	15	1.7	1.7	93.1
	37	19	2.2	2.2	95.3
	38	7	.8	.8	96.1
	39	8	.9	.9	97.0
	40	8	.9	.9	97.9
	41	9	1.0	1.0	99.0
	42	5	.6	.6	99.5
	43	1	.1	.1	99.7
	44	1	.1	.1	99.8
	45	2	.2	.2	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

EC NOMBRE DE NAISSANCES A LA 1ère CONTRACEPTION

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Q N R	-2	198	22.8	22.8	22.8
	-1	26	3.0	3.0	25.7
	0	22	2.5	2.5	28.3
	1	124	14.3	14.3	42.5
	2	127	14.6	14.6	57.1
	3	87	10.0	10.0	67.1
	4	55	6.3	6.3	73.4
	5	55	6.3	6.3	79.8
	6	66	7.6	7.6	87.4
	7	31	3.6	3.6	90.9
	8	32	3.7	3.7	94.6
	9	20	2.3	2.3	96.9
	10	12	1.4	1.4	98.3
	11	7	.8	.8	99.1
	12	5	.6	.6	99.7
	13	2	.2	.2	99.9
	14	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

AD NOMBRE D'ACCOUCHEMENTS A DOMICILE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	15	1.7	1.7	1.7
	0	401	46.1	46.1	47.8
	1	72	8.3	8.3	56.1
	2	54	6.2	6.2	62.3
	3	54	6.2	6.2	68.5
	4	52	6.0	6.0	74.5
	5	59	6.8	6.8	81.3
	6	41	4.7	4.7	86.0
	7	42	4.8	4.8	90.8
	8	22	2.5	2.5	93.3
	9	25	2.9	2.9	96.2
	10	18	2.1	2.1	98.3
	11	11	1.3	1.3	99.5
	12	1	.1	.1	99.7
	13	2	.2	.2	99.9
	14	1	.1	.1	100.0
	Total	870	100.0	100.0	

AS NOMBRE D'ACCOUchements ASSISTE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-1	15	1.7	1.7	1.7
	0	147	16.9	16.9	18.6
	1	116	13.3	13.3	32.0
	2	143	16.4	16.4	48.4
	3	126	14.5	14.5	62.9
	4	118	13.6	13.6	76.4
	5	63	7.2	7.2	83.7
	6	65	7.5	7.5	91.1
	7	35	4.0	4.0	95.2
	8	24	2.8	2.8	97.9
	9	9	1.0	1.0	99.0
	10	4	.5	.5	99.4
	11	2	.2	.2	99.7
	13	1	.1	.1	99.8
	14	1	.1	.1	99.9
	15	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

SUR NOMBRE D'ENFANTS SURVIVANTS

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	64	7.4	7.4	7.4
	2	95	10.9	10.9	18.3
	3	106	12.2	12.2	30.5
	4	123	14.1	14.1	44.6
	5	96	11.0	11.0	55.6
	6	99	11.4	11.4	67.0
	7	101	11.6	11.6	78.6
	8	71	8.2	8.2	86.8
	9	46	5.3	5.3	92.1
	10	35	4.0	4.0	96.1
	11	22	2.5	2.5	98.6
	12	3	.3	.3	99.0
	13	5	.6	.6	99.5
	14	3	.3	.3	99.9
	15	1	.1	.1	100.0
		-----	-----	-----	
	Total	870	100.0	100.0	

ENQUETRICES, ENQUETEURS

Vous avez là une occasion de participer à une importante enquête. Le sérieux dont vous ferez preuve vous vaudra d'être retenu(e)s pour la réalisation de futures enquêtes du même type, encore plus importantes, et éventuellement progresser dans le corps de la recherche.

Il faut savoir que les couples que vous allez enquêter ont été avertis, par lettre, individuellement. Cet échantillon de couples fait partie d'une population plus large qui a fait l'objet d'une enquête, menée par l'ONS, portant sur la santé de la mère et de l'enfant au mois de juillet 1992. C'est la collaboration de l'ONS qui a permis d'accéder aux données les concernant.

Pour la réalisation de cette enquête vous êtes tenus d'appliquer avec la plus grande rigueur les consignes ci-dessous énoncées.

CONSIGNES GENERALES

- Bien que vous soyez libres de prendre des initiatives sur le terrain, il vous est recommandé de travailler de manière ordonnée. A cet effet, vous devez prendre contact avec les couples figurant sur vos listes afin d'établir un calendrier de visites, sur la base du temps de passation du questionnaire.

- Il ne faut pas être très contraignant pour les enquêtés. Vous savez en effet que certains d'entre-eux, en ville particulièrement, sont assez souvent indisponibles. Dans ces cas précis, il faut consentir à prendre rendez-vous avec les enquêtés:

* en soirée, soit après les heures de travail;

* au cours du week-end.

- Vous devez enquêter la femme et l'homme en même temps, mais de manière séparée.

- Il faut faire preuve d'une GRANDE DELICATESSE AVEC LES ENQUETES. Il ne faut jamais brusquer un enquêté. Vous devez faire de votre mieux pour le mettre très à l'aise et en pleine confiance. Si vous sentez une hésitation, rappeler à chaque fois à l'enquêté que le but de l'enquête est SEULEMENT de COMPRENDRE, et que les informations sont STRICTEMENT CONFIDENTIELLES.

- Obtenir dans la mesure du possible l'ISOLEMENT de l'ENQUETE(e), quand cette condition est impossible à obtenir, il faut mentionner le fait en observation et bien évidemment les personnes qui se trouvent à proximité de l'enquêté(e).

- S'assurer que l'enquêté a bien COMPRIs la question, mais il faut ABSOLUMENT NE RIEN SUGGERER A L'ENQUETE,

- Les questions ont été écrites en arabe dialectal, très certainement compréhensible par les enquêtés, dans le but de vous aider à poser les questions sans avoir à chercher vos mots.

- Concernant particulièrement les moyens et méthodes contraceptifs, il faudrait absolument mentionner les TERMES UTILISES PAR LES ENQUETES en prenant bien sûr le soin de leur demander leur signification. Vous devez tous à la fin de l'enquête rédiger un petit rapport dans lequel vous donnerez les termes utilisés par les enquêtés pour désigner:

- * MOYENS CONTRACEPTIFS,
- * PILULE,
- * STERILET ...etc...

Ceci est valable pour tous les TERMES LOCAUX et particulièrement ceux relatifs à la planification familiale.

- Concernant les questions, où la réponse est soit oui soit non, vous devez cochez proprement la case qui correspond à la réponse donnée par l'enquêté.

- Ecrivez lisiblement en arabe ou en français. Pour les TERMES et les EXPRESSIONS LOCAUX, l'écriture en arabe dialectal est souhaitée, car la traduction en français risque d'en déformer les sens.

CONSIGNES PARTICULIERES AUX ENQUETRICES.

Pour remplir le tableau de la DESCENDANCE.

1. TOUS LES ENFANTS NES VIVANTS DOIVENT ETRE INSCRITS.

- Il est indispensable de demander le CARNET de FAMILLE, mais n'oubliez pas que vous aurez à relever TOUTES les NAISSANCES VIVANTES. c'est pour cela que vous demanderez à l'enquêtée, avant d'inscrire le prénom d'un enfant mentionné sur le carnet, s'il n'y a pas eu un enfant qui est né et qui a décédé, mais qui ne serait pas inscrit. Cet ENFANT NE VIVANT et qui a DECEDE, même si c'est JUSTE APRES la NAISSANCE, DOIT ETRE IMPERATIVEMENT INSCRIT sur le TABLEAU.

- Vous rencontrerez une difficulté supplémentaire auopès de celles qui n'en sont pas à leur premier mariage. Ces enquêtées n'ont pas toutes vraisemblablement les carnets de famille où sont mentionnés leurs premiers enfants. Ces enquêtés sont certainement moins nombreuses que celles qui ne sont qu'à leur premier mariage. Il faudra que vous soyez patientes avec elles et que vous et procédiez de la même manière que précédemment c'est à dire que vous demanderez à chaque fois à l'enquêté, quand elle vous déclarera un enfant, si avant cette enfant elle n'a pas eu un autre qui serait né vivant et qui aurait décédé.

2. L'INTERVALLE entre deux naissances vivantes.

Il faudrait procéder à un calcul rapide, en ne prenant en considération que les mois, pour savoir si, entre deux naissances vivantes inscrites sur le tableau, il y a eu un intervalle de deux ans ou plus. Si c'est le cas vous devez demander la raison. Différentes raisons peuvent être à l'origine de cet intervalle:

- * utilisation de la contraception que vous noterez C;
- * séparation momentanée entre les conjoints S.

En dehors de ces raisons notez en toutes lettres toutes celles qui peuvent être avancées par l'enquêtée.

BON COURAGE ET MERCI POUR
LE SERIEUX DONT VOUS FEREZ CERTAINEMENT PREUVE

PREPARATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

1. La préparation.

1.1. Constitution des listes nominatives des couples à enquêter.

Le tirage au 1/4 a donné une population de ménages enquêtée par l'EASME de 1496, de cette dernière ont pu être extraits 1027 couples répondant aux critères retenus.

Le dépouillement des questionnaires de l'enquête de l'EASME a été fait manuellement. C'est ainsi que les ménages ne contenant pas de couples ne répondant pas aux critères ont été éliminés. A l'inverse tous les ménages comprenant des couples répondant aux critères ont été retenus. Ainsi des listes nominatives ont pu être établies, avec adresse, CSP du mari et de la femme quand elle travaille enfin l'âge de l'épouse. Ces données ont été recueillies afin de pouvoir contrôler les enquêteurs ultérieurement.

1.2. Déclenchement d'une campagne d'information.

Afin d'assurer le maximum de réussite à l'enquête, et d'assurer la disponibilité des couples à enquêter, une campagne d'information et de sensibilisation a été lancée une quinzaine de jours avant la date de démarrage de l'enquête. Des correspondances ont donc été adressées aux couples et aux autorités locales.

Le but de l'enquête étant de rendre compte de la communication en matière de planification familiale, il était évident que cette campagne était destinée à faire de la communication et en tant que telle, cette opération imposait à l'équipe de faire passer le message. C'est ainsi qu'il a fallu confectionner une lettre de sensibilisation qui permettrait d'amener les couples à accepter de se faire enquêter. Trois exigences ont présidé à cette opération:

- l'accessibilité des signes utilisés;
- humilité de l'équipe face à l'enquêté;
- simplicité du contenu.

C'est ainsi que pour respecter ces exigences, la lettre a été rédigée en langue arabe accessible, donnant à la participation de l'enquêté toute sa valeur et le tout dans un langage simple.

Deux autres lettres ont été adressées aux autorités locales. Il s'agit des APC et wilayate. Ces lettres, tout en étant administratives, sont aussi destinées à la sensibilisation des autorités, desquelles a été sollicitée de l'aide aux enquêteurs.

1.3. Recrutement des contrôleurs.

L'ONS et le Centre National d'Etudes et d'Analyses pour la Planification (CENEAP), ont été sollicités diversement.

L'ONS siège, ainsi que ses délégations régionales de Annaba, Alger, Constantine et Oran, ont été saisis pour mettre à la disposition de l'équipe leurs enquêtrices et enquêteurs habituels. Le principe retenu pour la constitution des équipes, était de former des duo: enquêtrice/enquêteur, bien évidemment pour que l'enquêtrice interviewe la femme et que l'enquêteur fasse l'époux.

Le CENEAP par contre a été sollicité pour mettre à la disposition de l'équipe 4 de ses contrôleurs: chacun des contrôleurs devait diriger et coordonner les opérations à partir de chacune des 4 délégations régionales de l'ONS.

Le schéma prévu pour couvrir l'ensemble du terrain d'enquête était le suivant:

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE DE ANNABA.

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts Nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Skikda	Benazouz	1 - 4	23
	Fil Fila	1 - 3	16
	Skikda	1 - 1	16
Annaba	Ain Berda	1 - 4	5
	Annaba	2 - 1	26
Guelma	Héliopolis	1 - 4	4
El Tarf	Dréan	2 - 3	29
	Bouhadjar	1 - 3	17
Souk Akras	Hanancha	3 - 4	40
Tebessa	El mazraâ	1 - 4	1
Khenchela	Khenchela	1 - 2	16

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE D'ORAN.

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Oran	Oran	2 - 1	19
	Ain Tmouch.	1 - 3	9
	El Amria	1 - 3	14
S. B. A.	S. B. A.	1 - 1	8
	Dhaya	1 - 4	11
	Ain Trid	1 - 4	11
Saida	S. Boubekeur	1 - 4	9

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE D'ORAN (...Suite)

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Tlemcen	S. Abdelli	1 - 4	16
	Terni B. Hediel	2 - 4	22
	Tlemcen	1 - 1	12
	Beni Snous	1 - 4	8
Mostaganem	Abdelmk. Ramdane	1 - 4	13
	Mostaganem	1 - 1	18
Rélizane	S.M Ham. Ben Ali	1 - 4	19
Mascara	Oued Taria	1 - 4	7
	El Keurt	1 - 4	17
	Teghenif	1 - 3	22
Rélizane	Oued Essalem	1 - 4	6
	Rélizane	1 - 2	41
Tiaret	Tiaret	1 - 2	17
	Madna	1 - 4	11
Tissemsilt	Bordj Bou Naâma	2 - 4	13
	Béni Lahcène	1 - 4	7

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE DE CONSTANTINE.

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts Nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Constantine	Constantine	1 - 1	16
	Khroub	1 - 3	8
Mila	Tiberguent	1 - 4	3
Jijel	Ghebala	1 - 4	8
Sétif	Sétif	1 - 1	14
	Ain Roua	1 - 4	9
	Djemila	3 - 4	29
Béjaia	Kherrata	1 - 3	22
	Oued Ghir	1 - 4	20
Batna	Bouzina	1 - 4	11
	Lazrou	1 - 4	11
	Ain Djasser	1 - 4	7
	Batna	1 - 1	18
	Gosbat	1 - 4	8

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE D'ALGER.

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts Nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Chlef	Beni Rached	1 - 3	14
	Oued Sly	2 - 4	14
	Chlef	1 - 4	14

CONSTITUTION DES EQUIPES D'ENQUETE D'ALGER (...suite).

Wilayate concernées	Communes concernées	Districts Nbre-strt	Nombre d'enquêtés
Médéa	Béni Slimane	2 - 4	25
	Médéa	1 - 2	10
	El Omaria	1 - 4	8
M'sila	Ain Lahdjel	1 - 4	8
Djelfa	Dar Chioukh	1 - 3	15
Bouira	Ain Bessam	1 - 4	4
Tiaret	Ksar Chellala	3 - 3	35
Blida	Meftah	2 - 3	39
	Djebabra	2 - 4	14
Alger	Bachdjarah	1 - 1	14
	Bourouba	1 - 1	14
	Qasbah	1 - 1	5
Tipaza	Mehelma	1 - 4	7
	Chéraga	1 - 4	18
Boumerdes	Boudou. El Bahri	1 - 4	16
	Si Mustapha	1 - 4	26
Tizi Ouzou	Yakouren	1 - 4	7
Boumerdes	Taourga	1 - 4	12

1.4. Les moyens de transport.

Le commanditaire s'étant proposé de mettre à la disposition de l'enquête des moyens de transport. Cependant au moment où la demande de ces moyens a été formulée, L'ANAF a répondu que l'ensemble des véhicules dont il disposait était mobilisé pour des tournages.

Le CREAD étant dans l'impossibilité de prendre en charge ce besoin, l'équipe s'est trouvée dans l'obligation de recourir au parc du CENEAP. Ce dernier a "loué" 4 de ses véhicules avec chauffeur à l'équipe au prix coûtant. Ces 4 véhicules bien qu'insuffisants allaient être mis à la disposition des 4 contrôleurs.

1.5. Consignes pour la passation du questionnaire.

Dans le but de communiquer les objectifs de l'enquête et les recommandations pour la passation du questionnaire aux enquêtrices et enquêteurs, un document a été confectionné (voir en annexe). Sa diffusion aux enquêtrices et enquêteurs s'est faite lors de leur recrutement.

Deux journées ont été consacrées par l'équipe à l'examen du questionnaire question par question:

- la première avec les contrôleurs de Annaba, Constantine et Oran;

- la deuxième a réuni les enquêtrices/enquêteurs ainsi que le contrôleur d'Alger.

2. Le déroulement de l'enquête.

2.1. Le calendrier d'exécution de l'enquête.

Le 5 février 1993 les contrôleurs de Annaba, Constantine et Oran prennent le départ sur le terrain.

Le 6 et 7 février, recrutement des enquêteurs. Il faut rappeler que les contrôleurs de Annaba, Constantine et Oran se sont vus conférer d'autres responsabilités que celles de diriger et de coordonner l'enquête. En effet outre leurs responsabilités, ils avaient les charges administrative et financière des recrutements qu'ils devaient effectuer.

Le démarrage effectif de l'enquête a lieu le 8 février.

Le 11 février mission sur Oran pour s'enquérir des difficultés rencontrées par le contrôleur.

Du 20 février au 27 réception des questionnaires. Un contrôle du travail est effectués.

2.2. Les problèmes du recrutement.

La faiblesse des rémunérations, l'absence de transport ont été à l'origine de beaucoup de défections. Ces problèmes ont été ressentis plus particulièrement à Oran, où l'espace à couvrir est le plus important.

Cette situation défavorable a été heureusement largement compensée par la disponibilité et l'aide que les autorités locales ont manifestées çà et là.

Un autre fait est à noter, pour combler le déficit en moyens de transports, deux équipes d'Oran se sont déplacées par leurs propres moyens, ce sont les équipes de Tiaret et de Rélizane, lesquelles bien évidemment ont eu des bons d'essence et une petite somme symbolique destinée soit disant à compenser l'usure de leur véhicule).

A propos des variables indépendantes utilisées.

Quatre variables ont été mises en oeuvre dans cette analyse de la diffusion des moyens de communication: le secteur de résidence, la condition socio-économique du couple, la cohabitation ou non du couple avec des parents, enfin le niveau d'instruction. Chacune de ces variables mérite plus ou moins des explications.

1. Le secteur de résidence: cette donnée n'a pas été recueillie auprès des enquêtés. Compte tenu de la collaboration avec l'ONS, qui a permis de prendre pour base de sondage la population que cet organisme a enquêtée dans le cadre de l'enquête nationale sur la santé de la mère et de l'enfant (EASME, voir introduction p.ii, note 3), le caractère rural ou urbain du secteur de résidence de l'enquêté, selon le cas, correspond aux définitions énoncées par l'ONS de ces deux notions (voir notamment ONS. - Armature urbaine, 1987.- les collections de statistiques, numéro 4. src). Cette donnée a donc été recueillie à priori lors du tirage aléatoire de l'échantillon.

2. La condition économique de l'enquêté a pu être obtenue grâce à l'utilisation de plusieurs données recueillies auprès des enquêtés. Des recoupements assez fins ont été opérés quand lors de l'enquête de l'EASME (voir supra) ces mêmes données ont été recueillies. En gros il faut savoir que la CSP a été la donnée de base à partir de laquelle ont pu être classés les enquêtés. Il faut à ce sujet savoir que l'activité supplémentaire de l'enquêté a été prise en considération. Classés sur la base des CSP, les enquêtés ont été aussi triés sur la base de signes extérieurs de richesse voiture, type de logement, taux d'occupation par pièce, statut juridique du logement (possédé, pris en location). Tout cela a été combiné grâce à un programme automatique. Nous avons sciemment limité le nombre de catégories économiques: couches "aisée", "moyenne" et "défavorisée", en vue des futurs croisements, compte tenu des effectifs et des modalités des autres variables. Quelques rares arbitrages ont été faits au besoin à la suite de tests, sur la base des connaissances de terrain des membres de l'équipe. Cette classification est probablement sommaire, elle a cependant requis tout notre sérieux pour sa construction.

3. La cohabitation ou non du couple avec des parents: une question a été posée à ce sujet aux époux. On remarquera malheureusement que 5,6 % de la population n'est pas renseignée. C'est que en l'absence de l'époux, il n'aurait pas été prévu de passer un questionnaire réduit à l'épouse, comme cela se fait (AARDES 68, ENAF 86). La raison en était que le questionnaire de la femme était déjà assez chargé et que le temps ne permettait pas de s'attarder davantage.

4. Le niveau d'instruction: cette donnée a été recueillie auprès des enquêtés.