

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA  
FACULTE DE SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES  
DEPARTEMENT DES SCIENCES HUMAINES



**Mémoire de fin de cycle**

**En vue de l'obtention du diplôme de master en science de l'information**

**Option : Presse imprimée et électronique**

**Thème :**

Analyse des pratiques d'écoute des auditeurs  
de la radio Soummam

**Réalisé par :**

Touati Menad

**Encadré par :**

Mr. Tilioua Abed

**Année d'étude : 2023/2024**

## **Remerciements**

*Tout d'abord, nous tenons à remercier notre **Dieu** pour nous avoir donné le courage pour réaliser ce travail*

*Nous souhaitons exprimer notre gratitude envers notre encadrant, Monsieur **Tilioua Abed** pour ces conseils précieux et son suivi afin de concrétiser notre mémoire.*

*Nous remercions également tous les enseignants du département des sciences de l'information et de la communication pour tous les efforts qu'ils ont fournis afin de nous transmettre leurs connaissances et leur savoir, et pour leur soutien tout au long de la réalisation de ce travail.*

*Enfin, Nos sincères remerciements à tous les personnels de la radio Soummam, en l'occurrence Madame **Taghzouti Ouzna**, qui nous ont bien accueillis pendant notre stage pratique.*

## *Dedicaces*

*Je dédie ce travail à mes très chers parents, et je les remercie  
pour tous leurs sacrifices, leur accompagnement, leur  
patience et leurs encouragements afin  
de me voir réussir.*

*À mes deux frères qui sont toujours présents avec leurs  
conseils, leurs encouragements  
et leur aide.*

*À ma dextième famille en l'occurrence ma tante sabiha*

*À mes chers amis, Lyes Taraki, Khaled Zerrari, Amine Alioui,  
Rayane Allouche, Karim Alioui, Céline Zidane,  
Yasmine Saoudi, Ouardia Yasmine,  
Ghillas Massilia, Allem Sarah, Liliya Benchikh  
et Farid Tagelmimt.*

*À mon très cher encadrant Monsieur Tilioua Abed.*

*Et à tous ceux qui me sont chers.*

## Liste des abréviations

Abréviation	Signification
<b>TIC</b>	<b>Technologies de l'information et de la communication</b>
<b>SMS</b>	<b>Short Message Service / Service de messages courts</b>
<b>FM</b>	<b>Frequency Modulation / Modulation de fréquence</b>
<b>AM</b>	<b>Amplitude Modulation / Modulation d'amplitude</b>
<b>DAB</b>	<b>Digitale Audio Broadcasting / Diffusion audio numérique</b>

## Liste des tableaux :

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>page</b>
<b>N°01</b>	<b>Les indicateurs de recherche</b>	<b>8</b>
<b>N°02</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon le sexe</b>	<b>49</b>
<b>N°03</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon l'âge</b>	<b>50</b>
<b>N°04</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs niveaux d'instruction</b>	<b>51</b>
<b>N°05</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs catégories socioprofessionnelles</b>	<b>52</b>
<b>N°06</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon le genre d'auditeur</b>	<b>54</b>
<b>N°07</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs fréquences d'écoute</b>	<b>55</b>
<b>N°08</b>	<b>répartition de l'échantillon selon leurs modes d'écoute</b>	<b>56</b>
<b>N°09</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs durées d'écoute par jour</b>	<b>57</b>
<b>N°10</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon le nombre d'émissions écoutées par jour</b>	<b>58</b>
<b>N°11</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs périodes d'écoute</b>	<b>59</b>
<b>N°12</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leur modalité d'écoute</b>	<b>60</b>
<b>N°13</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs effectuations d'activités concomitantes lors de leurs écoutes a la radio</b>	<b>61</b>
<b>N°14</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon le type d'activités concomitantes effectuées</b>	<b>62</b>
<b>N°15</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon la motivation d'écoute</b>	<b>63</b>
<b>N°16</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon le contexte d'écoute</b>	<b>64</b>
<b>N°17</b>	<b>Répartition de l'échantillon selon leurs dispositifs d'écoute</b>	<b>65</b>

## Liste des figures :

<b>Figures</b>	<b>Titres</b>	<b>Page</b>
<b>Figure n°01</b>	<b>Sexe</b>	<b>49</b>
<b>Figure n°02</b>	<b>Âge</b>	<b>50</b>
<b>Figure n°03</b>	<b>Niveau d'instruction</b>	<b>51</b>
<b>Figure n°04</b>	<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>	<b>52</b>
<b>Figure n°05</b>	<b>Genre d'auditeur</b>	<b>54</b>
<b>Figure n°06</b>	<b>Fréquence d'écoute</b>	<b>55</b>
<b>Figure n°07</b>	<b>Mode d'écoute</b>	<b>56</b>
<b>Figure n°08</b>	<b>Durée d'écoute</b>	<b>57</b>
<b>Figure n°09</b>	<b>Nombre d'émission</b>	<b>58</b>
<b>Figure n°10</b>	<b>Période d'écoute</b>	<b>59</b>
<b>Figure n°11</b>	<b>Modalité d'écoute</b>	<b>60</b>
<b>Figure n°12</b>	<b>Activité concomitante</b>	<b>61</b>
<b>Figure n°13</b>	<b>Type d'activité concomitante</b>	<b>62</b>
<b>Figure n°14</b>	<b>Motivation d'écoute</b>	<b>63</b>
<b>Figure n°15</b>	<b>Contexte d'écoute</b>	<b>64</b>
<b>Figure n°16</b>	<b>Dispostifs d'écoute</b>	<b>65</b>

## **Sommaire**

Remerciments

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale

## **Cadre méthodologique**

### **Chapitre I : Analyse conceptuelle**

1. Problématique.....	5
2. Hypothèses.....	6
3. Définition des concepts clés.....	7
4. Les indicateurs de la recherche.....	8
5. Les études antérieures.....	9
6. Motivation du choix du sujet.....	16
7. Les objectifs de l'étude.....	16

### **Chapitre II : Démarche méthodologique**

1. L'approche théorique.....	18
2. La pré-enquête.....	19
3. Méthodologie de recherche.....	20
4. Les techniques de recherche.....	20
5. Echantillon et type d'échantillonnage.....	21
6. Difficultés rencontrées.....	22

## **Cadre théorique**

### **Chapitre III : Les auditeurs**

#### ***Section 01 : Généralités sur les auditeurs.***

1. Définition de l'auditeur .....	25
2. Les catégories d'auditeurs .....	25
3. Évolution des auditeurs dans le milieu radiophonique .....	25
4. Le rôle des auditeurs .....	26
5. Auditeurs et clubs d'écoute .....	27

#### ***Section 02 : Les auditeurs dans les stations radiophoniques***

1. Définition d'une radio .....	28
2. L'implication des auditeurs dans les stations radio .....	28
3. L'importance des auditeurs pour les stations radio .....	29
4. L'impact des auditeurs sur les programmes et les stations radio .....	30
5. L'objectif des auditeurs en écoutant la radio .....	30

### **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute des auditeurs**

#### ***Section 01 : Généralités sur l'écoute***

1. Définition d'une écoute .....	33
2. Les différents types d'écoute .....	33
3. Définition d'une écoute radiophonique .....	34
4. Typologie d'écoute de la radio .....	34

#### ***Section 02 : les pratiques d'écoute***

1. Motivation des auditeurs pour l'écoute de la radio .....	36
2. Les dispositifs d'écoutes de la radio .....	36
3. Les principaux indicateurs de l'audience radio .....	38

4. Évolution des pratiques d'écoute et de diffusion dans les stations radio .....	39
5. contexte d'écoute.....	39

## **Cadre pratique**

### **Chapitre V : Présentation des données**

1. Présentation de lieu de recherche.....	42
2. Etape de réalisation de l'enquête.....	47

### **Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats**

1. Interprétation des données .....	49
2. Discussion des résultats .....	68
3. Verification des hypothèses .....	69

<b>Conclusion</b> .....	72
-------------------------	----

### **Références bibliographiques**

### **Annexes**

# **Introduction générale**

# Introduction

---

## **Introduction :**

La radio est l'un des médias les plus couramment utilisés, depuis son apparition jusqu'à nos jours, elle a su garder sa position de média principal utilisé par la plupart des individus de différentes catégories d'âge, avec une audience élevée comparée à d'autres médias.<sup>1</sup>

L'audience de la radio est constituée d'un ensemble d'auditeurs réguliers qui sont très engagés avec une écoute régulière et active, des auditeurs occasionnels qui se contentent uniquement d'une écoute irrégulière avec une fréquence d'écoute faible, et des fidèles auditeurs qui ont une forme de fidélité envers une station radio particulière.

Les pratiques d'écoute chez les auditeurs ont beaucoup évolué grâce au développement des TIC, des dispositifs d'écoute, et à l'apparition de la technologie internet.

Parmi les dispositifs d'écoute utilisés pour effectuer ces pratiques on trouve les supports radio traditionnels, les téléphones portables et les ordinateurs.

Les pratiques d'écoute sont variées, certains choisissent d'écouter ce média pour s'informer, et d'autres pour se divertir et leur servir d'accompagnement, et ce, à différents moments de la journée.

Dans le cadre de notre recherche, notre objectif est de connaître les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam, tels que leurs motivations, leurs comportements, leurs modes d'écoute et les dispositifs utilisés pour écouter ce média.

Pour atteindre nos objectifs, nous adopterons une approche quantitative, des questionnaires seront réalisés auprès d'un échantillon de recherche composé d'un ensemble d'auditeurs de la radio Soummam.

Pour mener cette étude, nous avons réparti notre travail en trois parties, le cadre méthodologique, cadre théorique et le cadre pratique.

La première partie qui est le cadre méthodologique est divisée en deux chapitres, le premier chapitre qui est la cadre de l'analyse conceptuelle est composé d'une problématique, les questions secondaires, les hypothèses, définition des concepts clés, les indicateurs de recherches, les études antérieures, motivation du choix du sujet et les objectifs de recherche.

---

<sup>1</sup> Chevreux, M. (2003). La radio pionnière. Edition CNRS, 3(n°3), pp. 77.

# Introduction

---

Le deuxième chapitre qui est la démarche méthodologique est composée de l'approche théorique de l'étude, la pré-enquête, méthodologie de l'étude, les techniques de recherche, échantillon et type d'échantillonnage et les difficultés rencontrées.

La deuxième partie est celle de la partie théorique, cette dernière est composée de deux chapitres, dans le premier nous aborderons les auditeurs, et dans le second les pratiques d'écoute.

La troisième partie est celle de la partie pratique, elle est constituée également de deux chapitres, dans lequel nous allons présenter le lieu de stage et l'étape de la réalisation de l'enquête dans le premier chapitre, et dans le second nous allons analyser et interpréter les résultats.

Enfin, nous allons clôturer notre travail avec une conclusion dans laquelle nous apporterons une réponse à la problématique de recherche suivie d'une bibliographie, les annexes et tables des matières.

# **Cadre méthodologique**

# **Chapitre I :**

## **Analyse conceptuelle**

# Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

## 1. Problématique :

De nos jours, la consommation de l'information a connu un essor incensurable, et ce, par le biais de développements des technologies de l'information et de la communication, la modernisation et l'évolution des différents canaux de diffusion.

Parmi les canaux de diffusion les plus consommés par le public on trouve les médias audiovisuels, grâce à leurs favorisation à la proximité géographique qui leur permet d'atteindre un large public, et la facilité d'accès aux informations et aux divertissements proposés par ces types de médias.

Nous constatons que le taux de consommation dans ce genre de médias atteint des records de visionnage et d'écoute, et plus particulièrement la radio, qui comptabilise une grande audience et qui encre dans les activités et les routines journalières de l'auditeur.

La radio est un média de masse traditionnel, qui est considéré comme un moyen indispensable pour chaque individu, en vue de s'informer et de se divertir, et pour sa capacité de transmission d'information, sa fiabilité et sa crédibilité.

En Algérie, la radio est un outil indispensable d'informations chez les Algériens, et pour cet effet, il est mis à disposition des auditeurs quarante-huit radios locales, parmi lesquelles on trouve radio Annaba, radio Biskra et la radio Soummam, qui diffusent une variété de programmes en plusieurs langues dont l'arabe, le français et le kabyle.

La radio Soummam est une radio locale située à Bejaïa, qui diffuse généralement ses émissions en langue kabyle, et qui propose une variété de programmes à ses auditeurs comme la musique, la culture, politique et sport.

Les auditeurs sont l'ensemble d'individus qui écoutent les émissions diffusées par les stations radios, ou d'une autre manière, c'est des individus touchés par un message radiophonique, parmi eux on trouve des auditeurs occasionnels, réguliers et fidèles.

Un auditeur occasionnel est un auditeur qui écoute irrégulièrement ou rarement une émission ou une station radio, tandis que l'auditeur régulier écoute cette dernière d'une manière constante avec une durée d'écoute élevée, et l'auditeur fidèle est celui qui suit uniquement les programmes diffusés par une station radio particulière.

Ces derniers adoptent différents modes d'écoute, l'écoute matinale, l'écoute mobile, l'écoute en arrière-plan, l'écoute nocturne et l'écoute active.

# Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

Ces pratiques sont effectuées afin de s'informer, se divertir ou bien comme un accompagnement durant la journée, et ce, à travers divers moyens et dispositifs, tels que le support classique, le DAB, le DAB+, la webradio, l'enceinte connectée, le podcasting et le streaming.

L'objet de notre recherche est de connaître les pratiques d'écoutes des auditeurs de la radio Soummam.

Donc notre travail se base sur la question suivante : Quelles sont les pratiques d'écoutes des auditeurs de la radio Soummam ?

La réponse à cette question de recherche passe par le traitement de certaines questions secondaires, à savoir :

- Quel est le comportement d'écoute des auditeurs de la radio Soummam ?
- Dans quel contexte les auditeurs de la radio Soummam écoutent-ils les programmes ?
- Quelle est la motivation d'écoute des auditeurs de la radio Soummam ?
- Quel est le mode d'écoute des auditeurs de la radio Soummam ?

## 2. Les hypothèses de recherche :

Madeleine Grawitz définit l'hypothèse comme « une proposition de réponse à la question posée, elle tente à formuler une relation entre des faits significatifs »<sup>1</sup>

Et d'après Quivy Raymond « une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui selon les cas peuvent être des concepts ou des phénomènes, une hypothèse est donc une réponse provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée »<sup>2</sup>

À travers ces deux définitions, on peut déterminer les hypothèses suivantes :

### **Hypothèse 01 :**

Les auditeurs de la radio Soummam écoutent occasionnellement les émissions diffusées par ce média.

### **Hypothèse 02 :**

Les auditeurs de la radio Soummam effectuent une écoute mobile en étant en déplacement.

---

<sup>1</sup> Grawitz, M. (2007). *Lexique des Sciences Sociales* (7ème édition). Paris: Dalloz, pp. 398.

<sup>2</sup> Quivy, R. (1995). *Manuel de recherche en science sociale*. Paris: Dunod, pp. 138.

# Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

## Hypothèse 03 :

La motivation des auditeurs pour écouter la radio Soummam est principalement les programmes d'informations, afin d'être informés sur l'actualité du jour.

## Hypothèse 04 :

Les auditeurs de la radio Soummam écoutent attentivement les programmes diffusés.

## 3. Définition des concepts clés :

### Écoute :

#### Définition théorique :

-Selon le dictionnaire La Rousse, l'écoute est le fait d'écouter ou de regarder une émission, considéré du point de vue du nombre des auditeurs, des téléspectateurs : Heur de grande écoute.<sup>3</sup>

-D'après Jean-Marc Randin, une écoute est un « bruit, une source sonore, que nous avons une tendance naturelle à essayer d'identifier : nous aimons savoir ce qu'est ce bruit que nous écoutons »<sup>4</sup>

#### Définition opérationnelle :

Une écoute consiste à écouter une personne, une conversation, un bruit, une émission radio ou de télévision.

### Auditeur :

#### Définition théorique :

-Le terme auditeur est utilisé pour celui qui écoute dans la relation entre le média radiophonique et son public, et cela dès l'apparition de la radio dans les années 1920.<sup>5</sup>

- Selon le dictionnaire l'internaute, l'auditeur désigne une personne qui écoute un cours, discours, une émission radiophonique, une conférence.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Ecoute. Dans le dictionnaire Larousse en ligne. Disponible sur :

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9coute/27700#:~:text=1.,t%C3%A9spectateurs%20%3A%20Heure%20de%20grande%20%C3%A9coute> consulté le 24/05/2024 à 09 : 00

<sup>4</sup> Randin, J. (2008). Qu'est-ce que l'écoute, Des exigences d'une si puissante « petite chose ». Approche Centrée Sur La Personne, Pratique et Recherche, 7(n°1), pp. 72.

<sup>5</sup> Deleu, C. (2023). Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Disponible sur : <https://publicationnaire.huma-num.fr/notice/auditeur/> Consulté le 01/05/ 2024 à 19 : 27.

<sup>6</sup> Auditeur. Dans le dictionnaire Linternaute. Disponible sur : <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/auditeur/> Consulté le 23/12/2023 à 17 : 53.

## Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

### Définition opérationnelle :

Un auditeur est une personne qui écoute régulièrement ou occasionnellement les programmes diffusés par une station radio, tels que les émissions politiques, l'actualité, les informations pratiques, divertissement et le sport.

### 4. Les indicateurs de la recherche :

Tableau N°1 : Les indicateurs de la recherche

Les concepts	Les dimensions	Les indicateurs
-Pratiques d'écoute	-Dispositifs d'écoute	-Support classique -Téléphone portable -Ordinateur - DAB -DAB+ -Streaming - Podcasting -Web radio -Enceinte connectée
	-Motivation d'écoute	-Divertissement -Information -Musique -Accompagnement
	-Mode d'écoute	- Écoute distraite - Écoute attentive
	-Contexte d'écoute	- Écoute domestique - Écoute mobile - Écoute collectifs
-Auditeur	-Écoute radiophonique	- Écoute occasionnelle - Écoute régulière

# Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

## 5. Les études antérieures :

Dans toute recherche scientifique, le chercheur va consulter un ensemble de travaux réalisés sur son sujet de recherche afin de prendre des connaissances qui vont l'aider à établir sa recherche, ces travaux peuvent être des thèses, des mémoires de fin cycle et de magistère. Dans notre recherche, nous avons choisi une thèse de doctorat, un mémoire de fin de cycle et un rapport final.

### 5.1. Etude 01 :

C'est une thèse de doctorat intitulé « les émissions interactives : au croisement de la radio classique et de la radio connecté ». Identification des acteurs et de mécanismes de participation dans la production de contenu d'information.

Cette étude est réalisée par Vinciane Votron en décembre 2017, à l'université catholique de Louvain, en faculté des sciences économiques, sociales, politique et de communication, en vue de l'obtention du grade de doctorat en science de l'information et de la communication.

#### Objectif de la thèse :

Cette thèse a comme objectif d'analyser des émissions interactives en radio, et les interactions des auditeurs qui interviennent dans ces trois émissions en Belgique qui sont : le forum de midi (RTBF), les auditeurs ont la parole (bel RTL) et connexion (RTBF), et de répondre à la question de recherche principale qui se résume à cette interrogation : qui sont les auditeurs qui réagissent en radio ?

Cette étude est suivie par des questions secondaires tout en élaborant leurs variables et indicateurs :

**-Question 01** : Les hommes sont-ils majoritaires dans la prise de parole à la radio ?

**Variable** : sexe

**Indicateurs** : Masculin, Féminin

## Chapitre I : Analyse conceptuelle

---

**-Question 02 :** Les personnes issues des catégories socioprofessionnelles élevées réagissent-elles plus souvent ?

**Variable :** Catégories socioprofessionnelles

**Indicateurs :** Employé, Indépendant, Pensionné, Cadre, Sans emploi, Fonctionnaire, Mandataire politique.

**-Question 03 :** les plus jeunes intervenants utilisent-ils les mêmes moyens de communication que les personnes plus âgées ?

**Variable :** Âge

**Indicateurs :** Moins de 35 ans, Entre 35 ans et 64 ans et plus de 65 ans.

**-Question 04 :** Les personnes qui habitent en ville réagissent-elles plus souvent que les habitants de la campagne ?

**Variable :** Lieu du domicile.

**Indicateurs :** Bruxelles, Hainaut, Liège, Brabant Wallon, Namur, Flandres, Luxembourg, étranger.

**-Question 05 :** Les représentants des différents partis politiques utilisent-ils ce créneau à fin de souffrir une vitrine ?

**Variable :** Membre d'un parti politique.

**Indicateurs :** MR, PS, cdH, Ecolo, PTB, Rassemblement, Wallon, parti libertarian, Autre.

**-Question 06 :** Les personnes qui réagissent sur les ondes ont-ils l'habitude d'utiliser d'autres médias ?

**Variable :** Utilisation des medias.

**Indicateurs :** Intervention dans d'autres émissions radio, Intervention dans des émissions de télé, Courrier de lecteurs, blogs, Aucun autre media.

**-Question 07 :** La fréquence d'écoute influence-t-elle la fréquence d'intervention ?

**Variation :** 01- Ecoute de l'émission.

02- Fréquence d'intervention.

**Indicateurs :** 01- Tous les jours, Plusieurs fois par semaine, Plusieurs fois par mois, Une fois par mois, Hasard, Jamais.

## Chapitre I: Analyse conceptuelle

---

02- Occasionnelle, Régulière, Assidus.

**-Question 08** : Les auditeurs actifs recherchent-ils une certaine reconnaissance au travers du partage de leurs informations dans une émission ?

**Variable** : Statut autoproclamé

**Indicateurs** : Citoyen, Spécialiste, Observateur, Amateur éclairé, Personne expérimenté.

**-Question 09** : Les auditeurs actifs réagissent-ils plus facilement quand ils connaissent le sujet ou en ont une expérience concrète à valoriser ?

**Variable** : Base de réaction.

**Indicateurs** : Emotion, Connaissances, Vie quotidienne, Intéresser par le sujet, Réseau.

**-Question 10** : L'objectif des auditeurs actifs est-il d'apporter de l'information directement dans ces émissions interactives ?

**Variables** : 01- type d'interaction

02- objectif

**Indicateurs** : 01- Question, Avis, Réflexion, Correction, Témoignage, Information, Clin d'œil.

02- Faire entendre son avis, Débat contradictoire, Corriger une erreur, Aspect ludique, Intérêt personnel.

### **Méthodologie de recherche :**

Dans cette thèse, le chercheur a utilisé la méthode mixte

-Un questionnaire pour avoir les informations descriptives liées aux auditeurs : âge, sexe, utilisation des media, etc.

-Analyse thématique pour analyser les entretiens et les réponses fournies.

### **La méthode d'échantillonnage :**

-Pour réaliser cette étude, le chercheur a opté dans sa thèse la méthode d'échantillonnage par choix raisonné.

# Chapitre I: Analyse conceptuelle

---

## **L'échantillon :**

Dans cette étude, l'échantillon est composé de 529 individus qui sont repartis comme suit : 299 personnes dans l'émission connexion, 141 pour les auditeurs ont la parole et 89 personnes sur le Forum de midi.<sup>7</sup>

Cette thèse nous a permis d'avoir une bonne compréhension sur le média radio, le fonctionnement des émissions radiophoniques, et de mieux connaître les auditeurs en termes d'informations sociodémographiques et d'écoute aux émissions.

Cette étude nous a également permis de connaître les principaux indicateurs de l'audience radio, cette dernière va nous servir à connaître les auditeurs, leur fréquence et leur durée d'écoute aux programmes diffusés.

## **5.2. Etude 02 :**

C'est un mémoire intitulé : « les auditeurs de France inter : développement d'une pratique radiophonique » réalisé par Juliette Bertin en décembre 2020, en vue de l'obtention du grade de M.Sc. en communication, option études de journalisme, à l'Université de Montréal, faculté des arts et des sciences, département de communication.

## **Objectifs de l'étude :**

Cette étude consiste à étudier les auditeurs de France inter, afin de démontrer que ce média est destiné à toutes les catégories de personnes dans la société, et pour démentir les propos tenus dans l'enquête intitulée « de l'aire à France inter ! » publié par le journal Fakir, dans lequel ce dernier a déclaré que France inter a oublié les classes populaires.

## **Question de recherche :**

La question principale dans cette étude est : Quelle est la nature de la relation entre les auditeurs de France et leur station, et comment est-ce que la représentation que l'on se fait d'eux influence leurs pratiques radiophoniques ?

Cette étude est suivie de deux questions secondaires qui sont comme suit :

-Comment est-ce que les auditeurs de France inter développent et entretiennent l'écoute de cette station ?

---

<sup>7</sup> Votron, V. (2017). Les émissions interactives : au croisement de la radio classique et de la radio connectée, Identification des acteurs et des mécanismes de participation dans la production de contenu d'information. Thèse de doctorat, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain.

## **Chapitre I: Analyse conceptuelle**

---

-Comment est-ce que la représentation que l'on se fait d'eux a influencé le développement de cette écoute ?

### **Méthodes et techniques adoptées :**

Dans cette présente recherche, le chercheur a établi des entretiens semi-dirigés.

### **Echantillon :**

Dans cette étude, le chercheur a opté pour faire des entretiens avec 10 auditeurs de France inter.<sup>8</sup>

À travers cette étude, nous avons pu avoir une bonne compréhension sur les auditeurs, de connaître la relation entre les auditeurs et les stations radiophoniques, et la nature d'écoute de la radio.

Ce mémoire nous a permis également de connaître les pratiques d'écoute radiophoniques, et les différents supports d'écoute utilisés par les auditeurs afin de réaliser leurs écoutes aux émissions diffusées par ce média.

### **5.3. Etude 03 :**

C'est un Rapport final présenté à la Ligue des Droits et Libertés intitulé : « LA RADIO À QUÉBEC ET SES AUDITEURS », réalisé par Patrick Couture et David Fiset en 29 avril 2005, en laboratoire de recherche département de sociologie université Laval.

### **Question de recherche :**

La question principale de cette étude est : Y a-t-il un lien entre les choix radiophoniques des auditeurs et leur style de vie ?

Cette étude est suivie de trois questions secondaires qui sont comme suit :

- Quel est le profil de l'auditoire des différentes stations ?
- Quelles sont les raisons des choix radiophoniques des auditeurs ?
- Comment ces choix s'inscrivent-ils dans l'ensemble des habitudes culturelles des auditeurs?

### **Les hypothèses :**

Pour cerner leur problématique, ils ont émis cinq hypothèses afin de bien mener leurs recherches :

---

<sup>8</sup> Bertin, J. (2020). Les auditeurs de France Inter : développement d'une pratique radiophonique. Mémoire, Département de Communication, Faculté des Arts et des Sciences.

## **Chapitre I: Analyse conceptuelle**

---

### **Premiere hypothèse :**

Il nous semble évident, au premier abord, que les auditeurs des stations commerciales ne partageront pas du tout le même style de vie que les auditeurs des stations communautaires. Le format radiophonique généralement proposé par les stations communautaires, c'est-à-dire un format fondé sur le principe de diversité, n'est pas susceptible de rejoindre la majorité des auditeurs dont l'intérêt sera davantage suscité par les formats plus spécialisés des radios commerciales.

### **Deuxieme hypothèse :**

Les auditeurs des stations communautaires risquent d'être en général des individus davantage scolarisés et plus âgés, dont les intérêts sont orientés vers la découverte et l'apprentissage culturel, à la recherche d'une source d'information alternative, plus critique et spécialisée. Ce sont probablement des personnes à la mentalité progressiste, critique de l'ordre actuel des choses et susceptible d'adopter des modes de vie alternatifs. Ce seront des individus davantage impliqués socialement, moins tournés vers la consommation et les activités populaires telles le sport et le cinéma, qui s'intéresseront davantage aux activités culturelles comme l'art, le théâtre et la musique. Ils trouvent en CKRL une station sans prétentions populaires et commerciales, avec des principes et des valeurs en accord avec les leurs. Ils y trouvent un moyen de découvrir 30 constamment de nouvelles avenues musicales et d'obtenir une information qu'ils jugent de meilleure qualité.

### **Troisieme hypothèse :**

À l'opposé, les auditeurs des stations commerciales auront sans doute un intérêt plus précis et concret dans le fait d'écouter la radio : écouter la musique qu'ils aiment, se divertir en écoutant des émissions d'humour, s'informer le matin en allant au travail, etc. Pour ces gens, la diversité et les principes des stations communautaires ne les rejoignent pas. Ils n'ont pas un mode de vie orienté par la curiosité culturelle et intellectuelle, et n'adoptent pas un point de vue critique à l'égard des médias et de la consommation.

### **Quatrieme hypothèse:**

Les auditeurs de CHOI risquent néanmoins de se distinguer des auditeurs de CHIK, même si les deux groupes rassemblent en grande partie des jeunes. Comme tend à l'indiquer les événements, le discours entourant la controverse de l'été dernier ainsi que les analyses de Langlois, les auditeurs de CHOI risquent d'être davantage critiques de l'ordre établi que ceux des autres radios commerciales.

# Chapitre I: Analyse conceptuelle

---

## **Cinquième hypothèse :**

Donc, en réponse à la Ligue qui se demande pourquoi autant de gens écoutent les stations commerciales alors que les stations communautaires s'efforcent de diffuser un contenu plus diversifié et plus fouillé, nous affirmons à titre d'hypothèse de recherche que le format radiophonique proposé par les stations communautaires n'est pas cohérent avec les styles de vie des auditeurs des stations commerciales, et inversement. Le contenu proposé, l'information présentée, les valeurs véhiculées par les stations communautaires ne rejoignent pas la plus grande partie de la population ou plutôt, ne rejoint qu'une petite partie de population aux caractéristiques particulières, de la même manière que le jazz ou la musique africaine, le théâtre ou le musée, l'implication communautaire et l'altermondialisme ne font pas partie des styles de vie de la majorité des gens.

## **Méthodes et techniques adoptées :**

Dans cette étude, les chercheurs ont établi des questionnaires et des entrevues.

- Un questionnaire auprès des auditeurs de radio de la région de Québec
- Entrevue de groupe auprès des auditeurs de radio de la région de Québec
- Entrevue Web auprès des auditeurs de radio de la région de Québec
- Entrevue auprès des animateurs

## **La méthode d'échantillonnage :**

-Pour réaliser cette étude, les chercheurs ont opté pour la méthode d'échantillonnage de volontaires.

## **Echantillon :**

Dans cette étude l'échantillon est constitué de :

- Deux animateurs, Éric Couture (CKRL) et Ernst Caze (CKIA).
- 36 auditeurs, un seul pour CKIA, 7 pour CKRL, 5 pour CHIK et 23 de CHOI<sup>9</sup>

Cette étude nous a permis d'approfondir nos connaissances sur les auditeurs à travers leurs caractéristiques sociodémographiques telles que leur âge, leur genre, leur catégorie socioprofessionnelle, leur niveau d'instruction, leur lieu d'écoute, etc.

---

<sup>9</sup> Couture, P., & Fiset, D. (2005). La radio à Québec et ses auditeurs : Rapport final. Laboratoire de recherche, Département de sociologie, Université Laval.

## **Chapitre I: Analyse conceptuelle**

---

Ce rapport final nous a permis également de connaître le type de programmes écoutés par les auditeurs, leurs habitudes et motivations d'écoute.

### **6. Motivation du choix du sujet :**

Le choix de traitement de la thématique « Analyse des pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam » est pour les raisons suivantes :

- Enrichir notre université en général et notre faculté en particulier par une nouvelle étude qui sera une première à être réalisée.
- L'importance de ce thème pour les étudiants du département des sciences de l'information et de la communication et pour les auditeurs de la radio Soummam.
- Connaitre les pratiques d'écoutes des auditeurs de la radio Soummam
- Appliquer les connaissances acquises pendant tous le long du cursus universitaire dans un organe médiatique.

### **7. Objectifs de l'étude :**

Toute recherche scientifique vise à atteindre un ensemble d'objectifs précis, et au cours de ce travail de recherche, on vise à connaître :

- Le comportement d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.
- Le contexte d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.
- La motivation d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.
- Le mode d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.

# **Chapitre II :**

## **Démarche méthodologique**

## Chapitre II : Démarche méthodologique

---

### 1. Approche théorique de l'étude:

Toute recherche scientifique se caractérise par une approche théorique qui sert à guider le chercheur dans sa démarche méthodologique, elle a comme bute d'obtenir des résultats dans l'analyse du phénomène traité.

Il existe plusieurs approches théoriques à suivre concernant notre étude, parmi les quelles on trouve la théorie des usages et gratification, la théorie d'exposition, la théorie de la réception et la théorie des pratiques.

Pour notre recherche, la théorie des pratiques est la plus convenable afin d'étudier les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.

#### 1.1. Définition et l'évolution de la théorie des pratiques :

La théorie des pratiques est un courant d'analyse sociologique et anthropologique, développé au début des années 2000 au Royaume-Unis et dans les pays scandinaves par Pierre Bourdieu et Anthony Giddens, cette théorie s'oppose aux analyses basées sur un individu rationnel et sur des approches théoriques centrées sur la dimension symbolique de la consommation, cette théorie se base principalement sur les pratiques et non pas sur les personnes, elle cherche à comprendre comment les individus agissent dans leur vie quotidienne.

Depuis la naissance de cette théorie, cette pratique est développée sous un angle théorique et philosophique, jusqu'au milieu des années deux milles, au des travaux sont réalisés par Theodore Schatzki, et Andreas Reckwitz qui se sont inspirés par les écrits de Ludwig Wittgenstein et de Martin Heidegger basées sur des pratiques sociales et de consommation alimentaire.

Schatzki, s'interrogeant sur l'espace sociale, qui s'appuis sur la seconde philosophie de Wittgenstein, il a proposé une approche sociale

Andreas Reckwitz lui aussi fait référence a Wittgenstein, qui s'appuis sur les travaux de Bourdieu qui lui permettent d'analyser les pratiques comme espace d'expression du social, Selon lui la théorie des pratiques est avant tout une théorie alternative aux deux théories, d'une part le modèle de l'homo oeconomicus qui se focalise sur l'intérêt, et celui de l'homo sociologicus qui se focalise sur les normes.

## Chapitre II : Démarche méthodologique

---

La théorie des pratiques va connaître une évolution dans deux domaines, le premier est celui de la sociologie des organisations, est c'est d'analyser les formes de diffusions, et le seconde est celui de la consommation durable, qui s'intéresse à la volonté de dialoguer d'une manière critique et à la recherche des changements.

Cette dernière se concentre sur trois aspects essentiels : les dispositifs matériels, la routine et le temps, ce dernier analyse le quotidien, la routine, le temps et la coordination des pratiques, de plus, elle s'intéresse également à des facteurs tels que l'âge, le genre et le cycle de vie des consommateurs.<sup>1</sup>

### 1.2. La relation entre la théorie des pratiques et notre thème de recherche :

Dans le cadre de notre recherche, la théorie des pratiques est la plus convenable à notre thématique intitulée « Analyse des pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam », car à travers cette dernière, nous pouvons déterminer les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam en prenant en considération leur profil, leur comportement, leurs habitudes, le temps, les dispositifs d'écoute et leur motivation pour écouter la radio Soummam.

### 2. La pré-enquête :

Dans toute recherche scientifique, une pré-enquête est nécessaire afin que le chercheur puisse comprendre et connaître mieux son terrain d'investigation, et de récolter un maximum d'informations possibles.

Et selon le professeur Claire Durand, la pré-enquête est une étape importante qui vise à recueillir un maximum d'informations liées à la population de recherche.<sup>2</sup>

Concernant notre mémoire de fin d'études, nous avons réalisé une pré-enquête sous forme de questionnaire auprès des auditeurs de la radio Soummam, cette pré-enquête nous a permis de recueillir plusieurs informations liées à notre étude, telles que le profil des auditeurs, la durée d'écoute aux programmes, la motivation des auditeurs pour écouter la radio, la période et le nombre d'émissions écoutées, les lieux et les dispositifs d'écoutes.

---

<sup>1</sup> Dubuisson-Quellier, S., & Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques. Apports pour l'étude sociologique de la consommation. *Sociologie*, 4(n°4), pp. 451-469.

<sup>2</sup> Durand, C. (2023). De la problématique à la stratégie: Pré-enquête, question de recherche, population. Département de sociologie, Université de Montréal, pp. 07.

## Chapitre II : Démarche méthodologique

---

### 3. Méthodologie de recherche :

Toute étude scientifique nécessite une méthode de recherche afin d'acquérir un maximum d'informations sur l'objet de recherche, et selon Madeleine Grawitz, une méthode est « Un ensemble de règles à suivre afin d'atteindre un objectif dans les meilleures conditions »<sup>3</sup>

#### Choix de la méthode :

Dans notre étude, nous avons opté pour la méthode quantitative, car c'est la méthode qui convient mieux à notre recherche, afin de connaître et d'analyser les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.

La méthode quantitative est définie par Agath Couvreur et Franck Lehuede comme « Une enquête qui permet de mesurer des opinions ou des comportements, elle permet également de décrire les caractéristiques d'une population ayant une opinion ou un comportement particulier. »<sup>4</sup>

Et selon Bathlout, la méthode quantitative est « Une étude d'opinion et de comportements réalisé auprès d'un échantillon représentative à travers un questionnaire ou un sondage »<sup>5</sup>

### 4. Les techniques de recherche :

En recherche scientifique, le choix de la technique est indispensable afin de collecter les informations nécessaires sur le terrain.

Les techniques de recherche sont des outils qui permettent de collectés des données afin de les analyser.

Selon Madeleine Grawitz, elle définit les techniques de recherches comme « les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité »<sup>6</sup>

Et d'après Maurice Angers, les techniques de recherches sont « un ensemble de procédés et d'instruments d'investigations utilisées méthodiquement »<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Grawitz, M. (2004). Lexique des sciences sociales (8e éd.). Dalloz, pp. 274.

<sup>4</sup> Couvreur, A., & Lehuede, F. (2002). Essai de comparaison de méthodes quantitatives et qualitatives à partir d'un exemple : le passage à l'euro vécu par les consommateurs. Cahier de recherche, Département "Consommation", Paris, (n° 176), pp. 7.

<sup>5</sup>Bathlout, B. (2019). Etude quantitative. Disponible sur : <https://www.definitions-marketing.com/definition/etude-quantitative/> Consulté le 21/12/ 2023 à 23 : 06.

<sup>6</sup> Grawitz, M. (2001). Les méthodes des sciences sociales. Paris, Dalloz, pp. 353.

## **Chapitre II : Démarche méthodologique**

---

Dans notre recherche, nous avons choisi d'établir un questionnaire auprès des auditeurs de la radio Soummam, car c'est la technique la plus convenable afin d'avoir les informations nécessaires pour notre recherche.

### **Questionnaire :**

C'est une technique qui permet de collecter des informations auprès de l'échantillon de recherche, à travers un ensemble de questions fermées et ouvertes qui s'enchaînent d'une manière organisée.

Selon Madeline Grawitz, « le questionnaire est une technique direct pour la recherche scientifique, qui permet de questionner les individus d'une manière direct, et de faire un prélèvement quantitatif en vue de trouver des relations mathématiques et de faire des comparaisons numériques »<sup>8</sup>

Et d'après Eric Savares, « le questionnaire est une technique d'élaboration et de collecte de données chiffrées, il prend la forme d'une série de questionnaires rédigées préétablies, et posé de façon standardisées a un échantillon d'individus, de façon a établir des liaisons statistiques destinées à s'appliquer leur pratiques, conduites ou opinions a partir de leur positions dans l'espace sociale »<sup>9</sup>

### **5. Échantillonne et type d'échantillonnage :**

Le choix d'un échantillon est une étape importante afin d'arriver a des résultats pertinents sur une recherche scientifique.

#### **5.1. La population d'étude :**

La population d'étude est définie par Muchielli comme « l'ensemble d'individus qui sont concerné par l'objective d'une enquête »<sup>10</sup>

Et selon Maurice Angers, « la population d'étude est l'ensemble d'individus qui sont caractériser par plusieurs éléments en quelle notre étude se porte »<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Angers, M. (1997). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Casbah Université, Alger, pp. 130.

<sup>8</sup> Grawitz, M. (2001). Les méthodes des sciences sociales (11e éd.). Dalloz, pp. 75.

<sup>9</sup> Savarese, E. (2006). Méthodes des sciences sociales. Ellipses.

<sup>10</sup> Muchielli. (1972). Analyse de contenu. ESP, Paris, pp. 45.

<sup>11</sup> Angers, M. (1997). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Casbah, Alger, pp. 226.

## Chapitre II : Démarche méthodologique

---

La population d'étude dans notre recherche est composée d'un ensemble d'auditeurs de la radio Soummam.

### 5.2. Type d'échantillonnage :

L'échantillonnage est défini comme une étude qui permet de sélectionner des individus ciblés (l'échantillon).<sup>12</sup>

Pour notre recherche, nous avons opté pour la méthode non probabiliste, qui est définie comme une méthode qui consiste à sélectionner des individus d'une manière subjective.

Parmi les méthodes d'échantillonnage non probabilistes qui conviennent plus notre recherche est la méthode d'échantillonnage en boule de neige, car notre population d'étude est difficile à atteindre, notre technique est de demander aux individus sélectionnés de recruter de nouveaux participants afin d'arriver à un échantillon représentatif.

Et selon Julie Milot « c'est une méthode en laquelle on choisit un petit groupe d'individus ayant les caractéristiques recherchées, on leur demande de sélectionner des individus qui ont les mêmes caractéristiques et ainsi de suite »<sup>13</sup>

### 6. Difficultés rencontrées :

- Manque d'études antérieures concernant les pratiques d'écoute.
- Manque de documents et d'ouvrages.
- Difficultés à atteindre la population de recherche pour répondre au questionnaire.

---

<sup>12</sup> Echantillonnage. Dans infonet. Disponible sur : <https://infonet.fr/lexique/definitions/echantillonnage/> Consulté le 22/12/2023 à 16:42.

<sup>13</sup> Département de mathématiques du Québec. Echantillonnage boule de neige. Disponible sur : [https://mathematic.moodle.declic.qc.ca/pluginfile.php/3164/mod\\_resource/content/1/%C3%89chantillonnage%20boule%20de%20neige.pdf](https://mathematic.moodle.declic.qc.ca/pluginfile.php/3164/mod_resource/content/1/%C3%89chantillonnage%20boule%20de%20neige.pdf) consulté le 23/12/2023 à 16:08.

# **Cadre théorique**

## **Chapitre III : Les auditeurs**

## **Chapitre III : Les auditeurs**

---

### **Section 01 : Généralités sur les auditeurs.**

#### **1. Définitions de l'auditeur :**

Un auditeur est un individu qui écoute régulièrement ou occasionnellement une station radio, afin de s'informer ou se divertir à travers plusieurs programmes radiophoniques.

#### **2. les catégories d'auditeurs :**

Les catégories d'auditeurs permettent aux stations radios de mieux comprendre leurs publics, et de connaître leurs profils et leurs habitudes d'écoutes, afin de leur adapter une programmation et de répondre à leurs besoins informationnels.

Parmi les différentes catégories d'auditeurs que l'on peut trouver en radio on cite :

##### **2.1. Les auditeurs occasionnels :**

Les auditeurs occasionnels sont des individus qui écoutent irrégulièrement ou rarement les programmes diffusés par les stations radiophoniques.

##### **2.2. Les auditeurs réguliers :**

Les auditeurs réguliers sont ceux qui écoutent les programmes d'une station radio d'une manière régulière, avec une fréquence d'écoute élevée.

##### **2.3. Les auditeurs Fidèles :**

Les auditeurs fidèles sont des auditeurs qui suivent uniquement une station radio, d'une autre manière, ils sont fidèles à une seule radio particulière, ils ont une forme d'attachement envers cette dernière en l'écoutant suffisamment et activement.<sup>1</sup>

### **3. Évolution des auditeurs dans le milieu radiophonique :**

La radio, autrefois source principale d'informations et de divertissement, a connu une transformation significative en ce qui concerne son public depuis ses débuts jusqu'à nos jours.

Après l'avènement de la radio en 1920, les auditeurs étaient considérés comme de simples récepteurs d'informations qu'on n'entend pas à l'antenne.

---

<sup>1</sup> Couture, P., & Fiset, D. (2005). La radio à Québec et ses auditeurs : Rapport final présenté à La Ligue des Droits et Libertés. Laboratoire de recherche, Département de sociologie, Université Laval, p. 18.

## Chapitre III : Les auditeurs

---

En 1924, plusieurs associations ont apparues pour permettre aux auditeurs de participer d'une certaine manière aux émissions, malgré leur activisme sur ce sujet, aucune évolution n'a été réalisée, à part quelques participations aux programmes de divertissement.

Les premières interactivités que les radios ont connues sont réalisées aux États-Unis en 1940, en envoyant des courriers et des appels téléphoniques, depuis ce jour, on remarque une présence active des auditeurs dans les milieux radiophonique, et plusieurs stations lancent des appels pour la participation à leurs émissions afin de conquérir une large audience et d'augmenter le nombre d'auditeurs et d'écoute.

À l'arrivée de 1980 jusqu'à l'année 2000, après l'évolution des stations radio, et la révolution pour la liberté d'expression, une certaine évolution a été remarquée, les auditeurs sont plus nombreux avec leurs participations en posant des questions aux invités et aux animateurs, et en donnant leurs avis et leurs opinions sur plusieurs sujets animés sur les émissions.

De nos jours, les auditeurs sont plus actifs, en voie une forme d'interaction et une participation dans toutes les émissions, de plus, avec le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) et de la technologie Internet, certains auditeurs réagissent, commentent, envoient des messages et participent même à la production des émissions, en envoyant des témoignages et des informations.<sup>2</sup>

### 4. Le rôle des auditeurs :

- Les auditeurs jouent un rôle important à travers leur écoute, leur participation et leur engagement actif dans les programmes diffusés, leur rôle cumule dans :
- L'enrichissement des émissions grâce à leurs participations et leurs interactions aux programmes.
- Source de financement des stations radio en étant des générateurs d'audience, à travers leur écoute aux contenus et aux publicités.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Deleu, C. (2016). Auditeur. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Disponible sur : <https://publicationnaire.huma-num.fr/wp-content/uploads/2015/09/auditeur.pdf> Consulté le 26/12/ 2023 à 14 : 24.

<sup>3</sup> Verhaeghe, J & Hemmer, C. (2016). Role de l'auditeur dans le médium audio en 2016 ? Disponible sur : <https://fr.slideshare.net/ClaudeHemmer/role-de-lauditeur> Consulté le 03/05/ 2024 à 20 : 05.

## Chapitre III : Les auditeurs

---

- Ils sont considérés comme l'élément essentiel et la raison de diffusion des stations radio grâce à leur écoute aux programmes.
- Leurs participations aux émissions leur permettent d'influencer le contenu diffusé et de changer le déroulement des émissions en donnant leurs avis, en exprimant leurs opinions et leurs points de vue.

### 5. Auditeurs et clubs d'écoute :

Les clubs d'écoute sont un ensemble d'auditeurs qui écoutent activement une émission ou une station d'une manière collective, dans le but de s'informer, discuter et poser des questions sur les sujets traités, ces derniers, on les trouve généralement dans des communautés, et exercent cette pratique à travers les radios locales situées dans leurs localités.

Parmi les objectifs de ces clubs est de discuter et débattre sur des sujets liés à leurs communautés, afin de trouver des solutions liées à leurs préoccupations, les membres sont encouragés à exprimer activement leurs points de vue et leurs attentes vis-à-vis des personnes concernées.

Le rôle de la radio est de diffuser les discussions tenues entre les membres des clubs d'écoute, et d'être un intermédiaire entre ces clubs et les personnes concernées, telles que des personnalités politiques, des spécialistes et des membres d'associations.

Parmi les avantages des clubs d'écoute on trouve :

- La création d'une forme de solidarité et de mobilisation au sein de la communauté.
- La diffusion de leurs préoccupations à travers le média radio.
- Obtenir un retour et des réponses de la part des personnes concernées.
- Trouver des solutions aux différents problèmes liés a leurs communautés.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Bahwere, G. Termes de référence des clubs d'écoute pour la résilience communautaire en protection. République Démocratique du Congo. Disponible sur : <https://oxfamlibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621240/gd-tor-listening-clubs-community%20protection-drc-170921-fr.pdf;jsessionid=7D80A011972FD8EE668F32687C2AE2F0?sequence=4> consulté le 06/05/24 à 21 : 01.

# Chapitre III : Les auditeurs

---

## Section 02 : Les auditeurs dans les stations radiophoniques

### 1. Définition d'une radio :

La radio est un média de masse qui permet la transmission instantanée d'informations à un large public, en étant un média gratuit, elle joue un rôle important dans la vie de ses auditeurs, car elle leur permet de s'informer, de se divertir, de s'éduquer et de se cultiver.

Et Selon Francis Balle, « Une radio est un ensemble des procédés et des techniques permettant la transmission instantanée, et plus ou moins loin, de sons, quel qu'il soit après analyse, codage et transmission en ondes ».<sup>5</sup>

### 2. L'implication des auditeurs dans les stations radio :

Parmi les rôles et l'importance des auditeurs au sein des stations radiophoniques se trouvent la participation aux contenus et à la gestion des stations, à travers des associations formées, ils peuvent influencer le fonctionnement d'une radio, que ce soit sur la gestion de cette entreprise médiatique ou sur le déroulement des émissions.

Concernant la participation des auditeurs aux contenus, elle est établie en premier lieu à travers l'interactivité des auditeurs, ces derniers, à travers leurs interventions dans les émissions, peuvent donner leurs avis et leurs opinions, poser des questions, ou encore demander des explications et des éclaircissements sur un sujet ou sur une thématique traitée dans une émission.

En second lieu, les auditeurs peuvent participer à la prise de décision sur les programmes qui seront diffusés à l'antenne, ils peuvent également contribuer à la production directe des contenus, que ce soit en assistant aux moments de production des émissions, ou en fournissant des témoignages et des informations sur des faits importants à diffuser à l'antenne.

Enfin, les auditeurs ont une certaine contrainte sur les stations radio, ils peuvent donner leur avis et faire des remarques sur les émissions, les animateurs, les auditeurs ou même sur la station elle-même, ces derniers établissent ces pratiques à travers des passages directs en station, des appels téléphoniques et à travers l'envoi des messages.

---

<sup>5</sup>Balle, F. (1998). Dictionnaire des médias. Larousse, pp. 205.

## Chapitre III : Les auditeurs

---

Concernant la participation des auditeurs à la gestion des stations radio, ces derniers sont considérés comme une source financière importante pour de nombreuses stations dans le monde, à travers leur participation aux coûts de production de nombreuses émissions, à l'entretien des équipements, ainsi qu'à travers des cotisations, des sponsorings, des bénévoles, des annonces et des publicités.<sup>6</sup>

### 3. L'importance des auditeurs dans les stations radio :

Pour les stations radio, les auditeurs sont d'une grande importance, car ils constituent leur audience et déterminent leur popularité, leur influence et leurs revenus financiers.

En premier lieu, les auditeurs sont considérés comme l'élément essentiel de tout média radio, car les programmes diffusés sont destinés à être écoutés par ces derniers, sans eux, la radio n'aurait pas de raison de diffuser.

En second lieu, leur importance réside dans l'enrichissement des émissions à travers leur participation, leur interactions et leur engagement actif dans les programmes.

Enfin, le nombre d'auditeurs est considéré comme l'indicateur essentiel permettant d'attirer les annonceurs, en effet, une station comportant une audience élevée attire plus les annonceurs qu'une station comportant une audience limitée.

A cet effet, les stations radios adoptent plusieurs stratégies et collectent un maximum d'informations liées aux auditeurs pour connaître leurs pratiques d'écoute, car les données recueillies leur permet d'améliorer les contenus et la diffusion des émissions, afin de mieux répondre aux attentes de leur public, ces données recueillies permettent également de fixer la valeur des espaces publicitaires mis en vente, et aident les annonceurs à évaluer l'efficacité de leurs annonces diffusées à la radio.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Etienne, D. (2019). Communication engagée au sein des associations d'auditeurs en radio en Afrique subsaharienne, pp. 160-163.

<sup>7</sup> Méadel, C. (2010). Quantifier le public. Histoire des mesures d'audience de la radio et de la télévision. Éditions Economica, Paris, pp. 49-50.

## **Chapitre III : Les auditeurs**

---

### **4. L'impact des auditeurs sur les programmes et les stations radio :**

Les auditeurs sont d'une grande importance, ils sont considérés comme l'élément essentiel et la raison de diffusion des stations radio, à travers leurs écoutes régulières et leur participation aux émissions, cependant, à travers ces pratiques, les auditeurs ont la possibilité d'influencer les programmes diffusés par ce média.

#### **4.1. L'influence des auditeurs sur le choix de programmation :**

Les auditeurs ont une grande influence sur le choix des programmes, les stations radio cherchent toujours à satisfaire leur public afin de le préserver et d'augmenter leurs nombres, elles diffusent un contenu qui est toujours à la demande de ces derniers, notamment en ce qui concerne les programmes musicaux, qui sont considérés comme parmi les principaux motivateurs d'écoute, ainsi, ce média diffuse des morceaux et des artistes qui sont demandés et qui répondent aux attentes de son public.<sup>8</sup>

#### **4.2. L'influence des auditeurs sur l'orientation éditoriale :**

Une ligne éditoriale est la stratégie adoptée par les stations radio afin de diffuser leurs contenus et leurs programmes, ces dernières les réalisent selon les habitudes d'écoute, les préférences d'écoute et les choix des programmes de leur public.<sup>9</sup>

Les auditeurs à travers leurs interactions sur les émissions, leurs choix des programmes et leurs préférences d'écoute peuvent influencer une ligne éditoriale d'une station radio, en influençant l'orientation éditoriale de ce média afin de répondre et de diffuser un contenu qui répond à leurs attentes.

### **5. L'objectif des auditeurs en écoutant la radio :**

- Écouter pour apprendre à travers des programmes d'information, d'éducation et de sensibilisation.
- Écouter pour se divertir à travers des émissions de divertissement, la musique, les jeux et les programmes culturels.

---

<sup>8</sup> Galpin, G. (2016). Radio : l'auditeur, roi de programmation musicale. Disponible sur : <https://larevuedesmedias.ina.fr/radio-lauditeur-roi-de-la-programmation-musicale>  
Consulté le 08/05/2024 à 13:46.

<sup>9</sup> Roussel, N. (2019). Qu'est-ce que une ligne éditoriale ? Définition. Disponible sur : <https://www.iandyoo.com/ligne-editoriale-definition/> Consulté le 08/05/2024 à 14:59.

## Chapitre III : Les auditeurs

---

- Écouter pour s'informer grâce à des émissions d'information telles que les journaux parlés, les flashes d'informations et les informations pratiques.
- Écouter pour agir à travers des programmes interactifs où les auditeurs peuvent exprimer leurs points de vue<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Ferroukhi, K. (2009). La compréhension orale et les stratégies d'écoute des élèves apprenant le français en 2ème année moyenne en Algérie, pp. 277.

**Chapitre IV :**  
**Les pratiques d'écoute**

# Chapitre IV : Les pratiques d'écoute

---

## Section 01 : Généralités sur l'écoute :

### 1. Définition d'une écoute :

Une écoute consiste à écouter un individu, une émission, une conversation, un cours, une radio et une émission de télévision.

Selon le dictionnaire Le Robert, l'écoute c'est de « s'appliquer à entendre, prêter son attention (des bruits, des paroles) »<sup>1</sup>

Et d'après Jacques Ardoino, « Étymologiquement, les termes écouter, écoute, dérivant dans notre langue de la racine latine aus (impliquant les fonctionnalités de l'oreille, auscultare : ausculter, écouter, aux sens de diagnostiquer, guetter, espionner) indiquent une attitude ou un comportement d'investigation, à tout le moins de mobilisation, de concentration et d'attention »<sup>2</sup>

### 2. Les différents types d'écoute:

#### 2.1. Écoute active :

Une écoute active, également appelée écoute bienveillante, est une écoute qui consiste à se concentrer sur le sens des paroles d'un individu lors d'une conversation, afin d'assurer une bonne compréhension et interprétation du message.<sup>3</sup>

#### 2.2. Écoute empathique :

Une écoute empathique consiste à accueillir les paroles d'autrui afin de comprendre et d'interpréter correctement ces émotions.<sup>4</sup>

#### 2.3. Écoute Totale :

Une écoute totale est une écoute de confiance, où l'on fait comprendre à l'interlocuteur qu'on est totalement à son écoute en lui faisant des signes qui montre notre engagement et notre attention d'écoute à ses paroles.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Ecouter. Dans le dictionnaire Le Robert DICO EN LIGNE. Disponible sur: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ecouter>. consulté le 02/05/2024 à 17 :11.

<sup>2</sup> Ardoino, J. (2008). L'écoute (de l'autre). Nouvelle revue de psychosociologie, 2008(n°2), éditions Érès, pp.291.

<sup>3</sup> Atelier. (2018). L'importance de l'écoute active. Disponible sur : [https://sfap.org/system/files/atelier\\_-\\_lecouete\\_active\\_0.pdf](https://sfap.org/system/files/atelier_-_lecouete_active_0.pdf) consulté le 25/05/2024 a 12:30.

<sup>4</sup> Nous demain. Le blog participatif de la fédération léo l'orange. Disponible sur : <https://www.nous-demain.fr/lecouete-empathique-cest-quoi/> consulté le 25/05/2024 a 13 : 57.

<sup>5</sup> Evolutis. (2018). L'écoute : clé de la relation clients ? Disponible sur : <https://evolutis-formation.fr/actualites-formation-coaching/ecoute-cle-de-la-relation-client/> consulté le 01/05/2024 a 16:30

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **2.4. Écoute systémique :**

Une écoute systémique ou écoute en profondeur est une écoute qui consiste à aller au-delà des paroles dites, il s'agit de s'intéresser au contexte de l'individu afin de connaître et de comprendre ses croyances, ses raisonnements et les facteurs susceptibles d'influencer ses raisonnements.<sup>6</sup>

### **2.5. Écoute enrichie :**

Elle est considérée comme une écoute active, car elle englobe tous les différents types d'écoutes que nous avons cités auparavant, son objectif est de bien comprendre son interlocuteur et de distinguer les informations importantes des moins importantes.<sup>7</sup>

### **3. Définition d'une écoute radiophonique :**

Une écoute radiophonique désigne l'action effectuée par l'ensemble des auditeurs qui écoutent les émissions diffusées par une station radio, tels que les programmes d'information, de divertissement, de musique et politique.

### **4. Typologie d'écoute radiophonique :**

Concernant les auditeurs et leurs implications dans les radios, nous pouvons distinguer plusieurs typologies d'écoute radiophonique, parmi elles, on trouve :

#### **4.1. Écoute matinale :**

Une majorité d'auditeurs préfèrent écouter la radio dès le matin, afin de leur servir comme un accompagnement, ou pour leur curiosité de connaître l'actualité et les informations dès le début de la journée.

#### **4.2. Écoute nocturne :**

Il s'agit d'une écoute qui se déroule en fin de journée ou pendant la nuit, où les auditeurs cherchent à se tenir informés des dernières informations de la journée ou de profiter de ce média tel qu'un accompagnement de détente.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Phone training. (2018). L'écoute clé de la relation client. Disponible sur : <https://www.phone-training.fr/lecou-te-cle-de-la-relation-client/> consulté le 01/05/2024 à 16:49

<sup>7</sup> Pro-contact. Les 5 typologies d'écoute. Disponible sur : <https://www.pro-contact.fr/typologies-ecoute/> consulter le 09/06/2024 à 17:45.

<sup>8</sup> Beccarelli, M. (2016). Quand la radio habite la nuit. Disponible sur : <https://www.erudit.org/fr/revues/im/2015-n26-im02640/1037318ar/> consulté le 09/06/2024 à 18:01.

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **4.3. Ecoute active :**

Une écoute active est une écoute où les auditeurs sont pleinement concentrés sur les programmes tenus en radio, toute leur attention est portée sur les paroles diffusées sur ce média, et leur engagement et leur durée d'écoute est très élevé.

Parmi les émissions auxquelles l'écoute des auditeurs est active on trouve les flashes d'information, les journaux parlés, les programmes de divertissements et les informations pratiques.

### **4.4. Ecoute passive :**

Une écoute passive est une écoute où la concentration des auditeurs n'est pas totalement destinée aux programmes et aux messages diffusés par la radio, ce genre d'écoute est effectué généralement par des auditeurs passifs, ces derniers sont ceux qui ne prennent pas l'initiative d'appeler ou d'envoyer des SMS, et ne suivent pas régulièrement la station, ou utilisent ce média tel qu'un accompagnement, d'une autre manière, leur écoute s'effectue en accomplissant d'autres tâches ou en arrière-plan.<sup>9</sup>

### **4.5. Écoute en arrière plan :**

C'est une écoute où les auditeurs l'établissent tout en effectuant d'autres activités, et leur attention n'est pas totalement destinée aux messages diffusés par la radio.

### **4.6. Écoute déterritorialisée :**

Une écoute déterritorialisée est une écoute en ligne qui permet qui permet aux auditeurs de suivre les émissions diffusées par la radio à travers des outils tels que les téléphones portables, des enseintes connectées et des ordinateurs, sans être limitée par leur emplacement géographique

---

<sup>9</sup> Padmakumar, K.(2015). Understanding The Passive Listeners Of FM Radio Stations In South India. Manipale University, India. Disponible sur : <https://www.ojcmt.net/download/understanding-the-passive-listeners-of-fm-radio-stations-in-south-india-5682.pdf>

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **Section 02 : Les pratiques d'écoute**

#### **1. Motivation des auditeurs pour l'écoute de la radio :**

##### **1.1. La musique :**

Parmi les principaux facteurs qui motivent les auditeurs à écouter la radio on trouve la musique, ces derniers l'utilisent pour écouter leurs artistes et titres préférés, ainsi que pour profiter de la variété des morceaux musicaux diffusés par ce média.

##### **1.2. L'information :**

Les programmes d'informations sont considérés comme la raison d'écoute de plusieurs auditeurs, ces derniers suivent ce média pour s'informer et connaître l'actualité du jour en raison de la fiabilité et de la rapidité de transmission des informations sur ce média.

##### **1.3. Informations pratiques :**

Plusieurs auditeurs sont exposés à ce média pour s'informer sur des sujets pratiques, tels que les conditions météorologiques et l'état des routes.

##### **1.4. Divertissement:**

Les programmes de divertissement sont écoutés par une majorité d'individus, ces programmes sont considérés comme ceux qui motive les auditeurs à suivre ce média, car à travers ces derniers, les auditeurs peuvent se divertir et avoir des moments de détente.

#### **2. Les dispositifs d'écoute de la radio :**

Les auditeurs de la radio utilisent divers supports pour écouter les émissions diffusées par ce média, parmi lesquels on trouve :

##### **2.1. Les supports classiques :**

Les supports classiques sont des supports de radiodiffusion qui permettent aux auditeurs d'écouter les programmes via les ondes FM.

##### **2.2. Téléphone portable :**

Le téléphone portable permet aux auditeurs une écoute d'une variété de programmes et stations à travers des radios intégrées sur ce dispositif, des applications mobiles, en ligne, des podcasts et en streaming.

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **2.3. Ordinateur :**

L'ordinateur est considéré comme un dispositif qui permet aux auditeurs d'écouter divers programmes à travers des applications, des radios intégrées, des sites Web, des podcasts et en streaming.

### **2.4. Le DAB :**

La radiodiffusion numérique terrestre (DAB) est un système de transmission qui utilise des signaux numériques terrestres, ce dernier offre aux auditeurs une bonne qualité sonore, une réception stable, une variété de stations ainsi que la diffusion des textes, des photos et des données.

### **2.5. Le DAB+ :**

Le DAB+ est la dernière version de la radiodiffusion terrestre numérique DAB, qui permet d'écouter les différents programmes radiophoniques gratuitement à travers un opérateur mobile<sup>10</sup>

### **2.6. Web radio :**

Contrairement à la radio traditionnelle, la webradio, également appelée radio sur internet, est une station radiophonique qui diffuse ses programmes sur le Web (internet), qui permet à tous les individus d'écouter les programmes de ce média en streaming sur plusieurs appareils connectés, tels que les ordinateurs, les téléphones mobiles et les enceintes connectées.

### **2.7. Enceinte connectée :**

Les enceintes connectées sont des dispositifs qui permettent aux auditeurs d'écouter des émissions, d'accéder à diverses stations de radio, de personnaliser des playlists et de faire des recherches à travers l'interaction vocale.<sup>11</sup>

### **2.8. Podcasting :**

Le podcasting est une technologie de diffusion audio via Internet à l'aide de flux, permettant aux auditeurs d'écouter des émissions en étant à domicile ou hors domicile sur divers appareils tels que les téléphones portables et les ordinateurs, parmi les

---

<sup>10</sup> CGV. (2023). Qu'est-ce que le DAB+ ? Et pourquoi c'est super ? Disponible sur : <https://www.cgv.fr/blog/qu-est-ce-que-le-dab-et-pourquoi-cest-super--n54#:~:text=Le%20DAB%2B%20est%20une%20technologie,couverture%20que%20la%20FM%20traditionnel> le 30/04/2024 à 21 :09

<sup>11</sup> Radio King. (2024). Radio et Enceintes connectées. Disponible sur : <https://fr.radioking.com/blog/radio-et-enceintes-connectees-duo-gagnant/> le 30/04/2024 à 22:16

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

avantages de ce dernier est l'écoute d'un programme déjà diffusé, car elle dispose d'un service d'archivage et de téléchargement pour son public.<sup>12</sup>

### **2.9. Le Streaming :**

Le streaming est une technologie de transmission de contenu audiovisuel sous forme d'un flux continu diffusé en direct sur internet.

Parmi les avantages de streaming est que son serveur n'a pas besoin de diffuser un fichier préexistant, il peut capturer de l'audio et le faire diffuser directement aux auditeurs, cette méthode de streaming est appelée la diffusion en direct.<sup>13</sup>

## **3. Les principaux indicateurs de l'audience radio :**

### **3.1. Audience cumulée :**

C'est l'ensemble des individus qui ont écouté la radio au moins une fois dans la journée.

### **3.2. Quart d'heure moyenne :**

C'est le nombre d'individus qui écoutent la radio durant un quart d'heure ou dans une période donnée.

### **3.3. Comportement et habitudes d'écoute des auditeurs :**

Ce sont les manières dont un auditeur écoute la radio, tels que les dispositifs et les modes d'écoute.

### **3.4. Part d'audience :**

Le temps ou le pourcentage d'écoute d'une station par rapport à l'écoute globale de toutes les stations disponibles dans le pays.<sup>14</sup>

### **3.5. Indicateur sociodémographiques :**

Ce sont des informations qui concernent les auditeurs, telles que leurs âges, leurs catégories socio-professionnelles, leurs domiciles et leurs genres.

---

<sup>12</sup> Yamaguchi, C. Office of Technology and Distance Learning. University of Hawaii at Hilo. Disponible sur : <https://hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf>. Consulté le 24/05/2024 à 15 :31.

<sup>13</sup> Koradia, Z. (2013). Web Radio: A Manual for Streaming Audio on the Web. Commonwealth Educational Media Centre for Asia, New Delhi, pp. 6

<sup>14</sup> Glevarec, H. (2007). L'audience est une déclaration et un « jeu de langage ». Dans le temps des médias, 5(n°2), pp. 182-191.

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **4. Évolution des pratiques d'écoute et de diffusion dans les stations radiophoniques :**

Depuis l'arrivée de la radio jusqu'à nos jours, ce dernier a connu une véritable évolution en terme d'écoute et de diffusion des programmes, en premier lieu, les auditeurs ont tendance à écouter les émissions à travers les récepteurs radio traditionnels

Après l'avènement de la technologie internet, les stations radio ont commencé à diffuser leurs programmes de manière continue à travers le web, avec l'émergence de nombreuses radios en ligne et la diversité des programmes proposés, cela a permis aux auditeurs une nouvelle forme d'écoute et un choix de programmes plus varié.

L'arrivée des téléphones portables a complètement révolutionné la forme et la manière de diffusion et de réception des émissions radio, on observe une nouvelle forme d'écoute chez les auditeurs, qui ont désormais la possibilité d'écouter les programmes à travers ce dispositif sur des applications mobiles, en streaming ou à travers des podcasts.

De nouvelles formes sont apparues concernant la diffusion et la réception des émissions, telles que le DAB et le DAB+ qui offrent une meilleure diffusion, réception et qualité sonore pour les auditeurs, de plus, les enceintes connectées qui sont des dispositifs équipés d'un micro et d'un logiciel de reconnaissance vocale permet aux auditeurs une écoute de plusieurs stations radio en streaming.

### **5. Contexte d'écoute :**

L'écoute de la radio s'établit sous plusieurs contextes, certains auditeurs préfèrent l'effectuer en étant à domicile, et d'autres d'une manière collective ou mobile.

#### **5.1. Écoute mobile :**

C'est une forme d'écoute où les auditeurs l'effectuent hors domicile à travers les nouvelles technologies, les nouveaux supports de diffusion et les radios intégrées, cette pratique est généralement réalisée en étant en déplacement à travers un véhicule.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Calenda. (2020). Radio en mobilité. Programmes, pratiques, techniques et perspectives. Revue radiomorphose, (n°6). Disponible sur : <https://calenda.org/764419?lang=es> consulté le 10/06/2024 à 14 :10.

## **Chapitre IV : Les pratiques d'écoute**

---

### **5.2. Écoute collectifs :**

C'est une écoute qui s'établie lorsque plusieurs individus écoutent la même station ou le même programme diffusé par le média radio.

### **5.3. Écoute domestique :**

Une écoute domestique est une écoute effectuée en étant à domicile, cette pratique est généralement réalisée d'une manière attentive, ou en arrière plan en accomplissant d'autres tâches.

# **Cadre pratique**

# **Chapitre V :**

## **Présentation des données**

## Chapitre V : Présentation des données

---

### 1. Présentation de la radio Soummam :

La radio Soummam est une station radiophonique locale algérienne, créée le 19 août 1996 à Béjaïa, où elle a commencé à émettre une variété de programmes à ses auditeurs en kabyle, les ondes de cette dernière s'étendent sur toute la région de la wilaya de Béjaïa, ainsi qu'à diverses régions comme Sétif, Jijel, Alger et Tizi-Ouzou.

Depuis ses débuts, la radio Soummam occupait les anciens locaux de la capitale des Hammadites, avant de changer de siège le 12 janvier 2016, où ce dernier est situé sur le boulevard Krim Belkacem à Béjaïa.

Cette radio locale bénéficie d'une audience élevée, où elle propose quotidiennement à ses auditeurs une variété de programmes nationaux et régionaux, tels que des programmes de divertissement, d'information, des programmes sportifs et culturels sous la direction de Tahar Abdellaoui depuis le 1er août 2023.

#### 1.1. L'effectif de la radio Soummam :

L'effectif de la radio Soummam se compose de 42 fonctionnaires qui sont chargés de son fonctionnement et de sa gestion, ces derniers sont repartis comme suit :

- 10 journalistes
- 5 réalisateurs
- 4 animateurs
- 1 secrétaire
- 8 techniciens<sup>1</sup>
- 3 chefs de service
- 2 chargés de publicité
- 5 agents de sécurité
- 4 chauffeurs
- 1 comptable
- 1 agent d'entretien
- 7 correspondants
- 09 collaborateurs.

---

<sup>1</sup> T, Abdellaoui. Directeur de la radio Soummam.

## **Chapitre V : Présentation des données**

---

### **1.2. La fiche technique de la radio Soummam :**

- Dénomination : Radio Soummam
- Création : 19 Aout 1996
- Siege : boulevard Krim Belkacem 06000
- Ville : Bejaia
- Directeur : Tahar Abdellaoui depuis le 01 Aout 2023
- Effectifs : 42
- Langue: Kabyle
- Slogan: « Yidwen, yal ass »
- Site électronique : <https://radioalgerie.dz/player/fr/live/06-Bejaia>
- Fréquence d'écoute : FM : 88.7/90.9
- Numéro de téléphone : 034.10.72.45
- Fax : 034.10.72.51
- Page facebook : <https://www.facebook.com/radiosoummam/>
- G-mail: [Soummam6@gmail.com](mailto:Soummam6@gmail.com)

### **1.3. Les caractéristiques de la radio Soummam :**

Selon les journalistes, la chef de service Madame Taghzouti Ouzna et le directeur de la radio Soummam Monsieur Abdellaoui Tahar, les caractéristiques de la radio Soummam sont les suivantes :

#### **1.3.1. La rapidité de transmission d'informations :**

La radio Soummam se caractérise par sa rapidité de transmission d'informations à ses auditeurs, elle les informe sur toute l'actualité et les informations qui les concernent dans les plus brefs délais.

#### **1.3.2. La proximité :**

La radio Soummam est une radio locale qui se concentre principalement sur des informations et des faits qui ont un lien avec ses auditeurs et sa région.

## **Chapitre V : Présentation des données**

---

### **1.3.3. La polyvalence :**

La radio Soummam est connue pour sa diffusion de nombreux programmes, notamment des émissions politiques, économiques, religieuses, culturelles, de divertissement, de sensibilisation, des reportages, et des journaux parlés.

### **1.3.4. Bilinguisme :**

La radio Soummam est considérée comme l'unique station qui diffuse ces programmes en deux langues différentes, l'Arabe et le kabyle.

### **1.3.5. Le scoop :**

Parmi les caractéristiques de cette radio est l'annonce des informations en exclusivité, afin d'être le premier média à informer ces auditeurs sur toute information importante, et pour renforcer son statut dans le milieu médiatique.

### **1.3.6. La crédibilité :**

La radio Soummam est connue comme étant une station radio aux ces sources d'informations et le contenu diffusé est fiable, ce qui lui a permis d'avoir une audience élevée avec des centaines d'auditeurs fidèles.

## **1.4. Les objectifs de la radio Soummam :**

- Consolider les valeurs de la société algérienne.
- Privilégier l'information locale en diffusant toutes les informations concernant la région et la population.
- La radio Soummam a travers son effectif a comme objectif d'informer ces auditeurs sur toutes les informations qui les intéressent et les concernent.
- Elle est considérée comme un média d'information, de divertissement et d'éducation, proposant à ces auditeurs une vingtaine de rendez-vous par jours a travers des émissions qui traitent une variété de sujets qui ont un lien direct avec les citoyens.
- Elle est considérée comme une radio interactive, et permet aux auditeurs d'intervenir et d'interagir aux émissions.

## Chapitre V : Présentation des données

---

### 1.5. Matériels techniques :

- Un studio de diffusion
- Un studio de production
- Un réseau local de gestion des données équipé du logiciel NETIA
- Un poste d'audition sur le Web
- Matériels portables et mobiles

### 1.6. Les programmes de la radio Soummam :

La radio Soummam est une radio généraliste qui diffuse une variété de programmes locaux et nationaux, tels que des programmes politiques, sportifs, divertissement, des émissions culturelles et éducatives.

Parmi les programmes qui connaissent un taux d'écoute élevé, on trouve :

- « Sbah lkhir Soummam », qui est une émission quotidienne d'éducation, d'information et de divertissement, animée tous les jours de 06 : 55 à 10 : 00, offrant plusieurs services à ces auditeurs telles que les conditions météorologiques, de l'actualité, l'état des routes, les horaires de vol, des conseils concernant l'agriculture, les heurts de prière, les événements historiques du jour et des conseils pour les conducteurs.
- « Laman g verdan », est une émission hebdomadaire animée tous les dimanches de 11h à 12h par le journaliste Arezki Seddaoui, qui traite des thèmes qui ont relation avec l'état des routes, les accidents de circulation et la sensibilisation des automobilistes pour la bonne conduite afin d'éviter les accidents routiers, avec la présence de plusieurs invités tels que les éléments de la protection civile, la gendarmerie nationale et la police.
- « Hadith sabah », est une émission quotidienne religieuse, animée tous les jours de 07 : 20 à 07 : 25 par le professeur Boualam Djouhri, qui a comme but de transmettre des connaissances et de donner des conseils aux auditeurs sur certains sujets religieux.
- « Émission musicale », est un programme hebdomadaire de divertissement, dans lequel ils diffusent plusieurs genres musicaux de différents artistes locaux, nationaux et internationaux, animé tous les lundis de 21 : 05 jusqu'à 21 : 55 par Saimi Hayat et rediffusé tous les samedis de 22 : 05 jusqu'à 22 :55.

## Chapitre V : Présentation des données

---

-« Émission sportive », c'est un programme d'information animé par le rédacteur en chef Monsieur Mabrouk Ait Atman tous les vendredis de 11 : 05 à 11 : 55, cette émission accueille des représentants de plusieurs équipes et clubs sportifs de la wilaya.

-« Agraw N'etssa », est une émission éducative et de divertissement, animée tous les dimanches et lundis de 18 : 15 à 19 : 30 avec un totale de 04 émissions par semaine.

-« Machakil Wa Houloul », est un programme d'information interactif qui diffuse les principales préoccupations des citoyens locaux à fin de les faire passer aux autorités concernées pour y répondre.

### **1.6.1. Répartition en pourcentage des programmes pendant l'été 2024 :**

- Programmes d'informations et sportives : 30%
- Programmes sociaux et éducatifs : 25%
- Programmes de divertissements : 20%
- Programmes historiques, culturelles et religieux : 25%

### **1.6.2. Répartition en pourcentage des programmes pendant le ramadan 2024.**

- Programmes d'informations et sportives : 25%
- Programmes sociaux et éducatifs : 30%
- Programmes de divertissements : 20%
- Programmes historiques, culturelles et religieux : 25%

### **1.6.3. Répartition en pourcentage des programmes en langue amazigh et arabe pendant le ramadan de 2024 :**

La radio Soummam est une radio locale qui diffuse une variété de programmes à travers deux langues différentes, l'Arabe et l'Amazigh, et voici le pourcentage des émissions diffusées à travers ces deux langues en période du mois sacré de 2024 :

La langue Amazigh qui est dominante avec un pourcentage de 75%, et la langue Arabe avec un pourcentage de 25%.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> K, Boda. Chef de service de production en radio Soummam.

## Chapitre V : Présentation des données

---

### 1.7. Fréquences d'écoutes :

La radio Soummam dispose de plusieurs fréquences à fin que ces auditeurs puissent suivre ces programmes, et les voici comme suit :

-Souk El Tenine, fréquence d'écoute 92.8 MHz

-Tichy, fréquence d'écoute 107.6 MHz

-Kherrata, fréquence d'écoute 102.3 MHz

-Gouraya, fréquence d'écoute 90.9 MHz

-Akfadou, fréquence d'écoute 88.7 MHz

-Tazmalt, fréquence d'écoute 102.3 MHz

### 2. Étape de réalisation de l'enquête :

Une pré-enquête est une étape dans laquelle le chercheur vise à collecter des informations liées à son enquête.

Et d'après le dictionnaire cordial, une pré-enquête est un « test d'une enquête sur un petit nombre de personnes pour préciser l'entendue du questionnaire et précéder les réponses »<sup>3</sup>

Lors de la réalisation de cette étape, nous avons réalisé un questionnaire auprès d'un échantillon de recherche composé d'un ensemble d'auditeurs de la radio Soummam, afin de collecter les informations nécessaires liées à notre recherche.

Notre enquête s'est déroulée sur une période de 15 jours, nous avons distribué notre questionnaire le 9 mai 2024, et nous avons collecté des réponses le 24 mai de la même année.

---

<sup>3</sup> Cordiale. PRE-ENQUETE, nom. Disponible sur : <https://www.cordial.fr/dictionnaire/definition/pr%C3%A9-enqu%C3%AAte.php#:~:text=PR%C3%89%2DENQU%C3%8ATE%2C%20nom&text=Test%20d'une%20enqu%C3%AAt%20sur.questionnaire%20et%20pr%C3%A9coder%20les%20r%C3%A9ponses> Consulté le 03/05/2024 à 17: 06

**Chapitre VI :**  
**Analyse et interprétation des**  
**résultats**

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

### 1. Interprétation des données:

#### Axe 01 : Profil des auditeurs :

Tableau numéro 01 : Répartition de l'échantillon selon le sexe :

Sexe	fréquence	Pourcentage %
Féminin	62	57.9%
Masculin	45	42.1%
Total	107	100%

Source : les enquêtes.

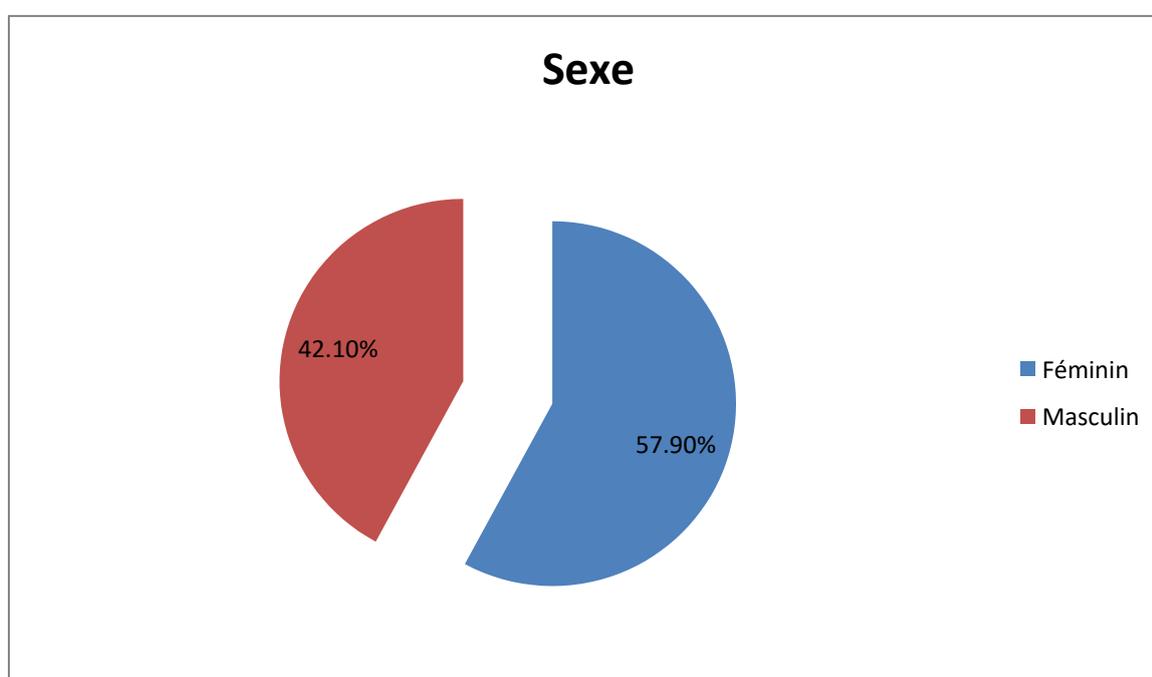


Figure 01 : Répartition de l'échantillon selon le sexe.

A travers le tableau ci-dessous, nous observons la répartition de nos enquêtés selon leurs sexes. 62 individus sont de sexe féminin et 45 sont de sexe masculin, nous constatons que le nombre de femmes qui est d'un pourcentage de 57,9 % est supérieure à celui des hommes qui est de 42,1 %.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 02 : présentation de l'échantillon selon l'Age :

Age	Fréquence	Pourcentage %
Moins de 20 ans	18	16.8%
Entre 20 et 40 ans	77	72%
Entre 40 et 60 ans	6	5.6%
Plus de 60 ans	6	5.6%
Total	107	100%

Source : les enquêtés.

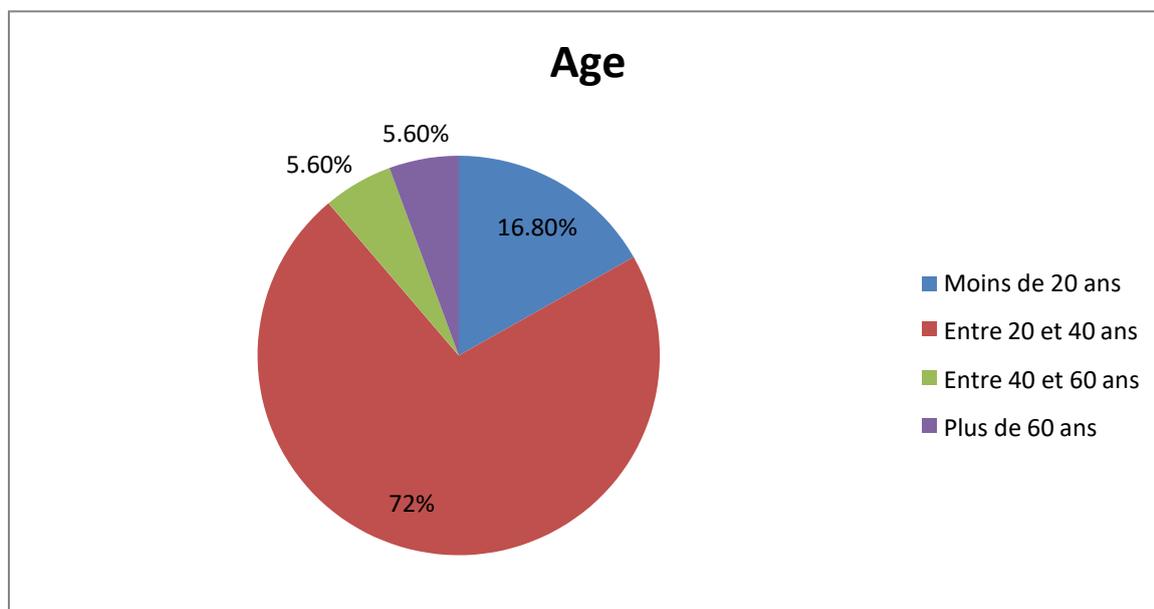


Figure 02 : Répartition de l'échantillon selon l'âge.

A travers les données présents dans le tableau ci-dessous, nous observons que la catégorie la plus dominante est celle des 20 à 40 ans avec un effectif de 77 enquêtés, soit un pourcentage de 72 %, ensuite, nous trouvons la catégorie des moins de 20 ans, avec 18 enquêtés et d'un pourcentage qui est de 16,8 %, et enfin, les catégories des 40 à 60 ans et des plus de 60 ans avec un effectif sémi-laire de 6 enquêtés, soit un pourcentage de 5,6 %.

A travers notre enquête nous avons pu constater que notre échantillon est composé principalement des jeunes de moins de 40 ans, cela nous indique que les programmes diffusés par la radio Soummam sont suivis et écoutés par cette catégorie d'âge plutôt que celle des plus âgés.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 03 : Répartition de l'échantillon selon leurs niveaux d'instruction :

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage %
Moyen	6	5.6%
Secondaire	14	13.1%
Universitaire	87	81.3%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.

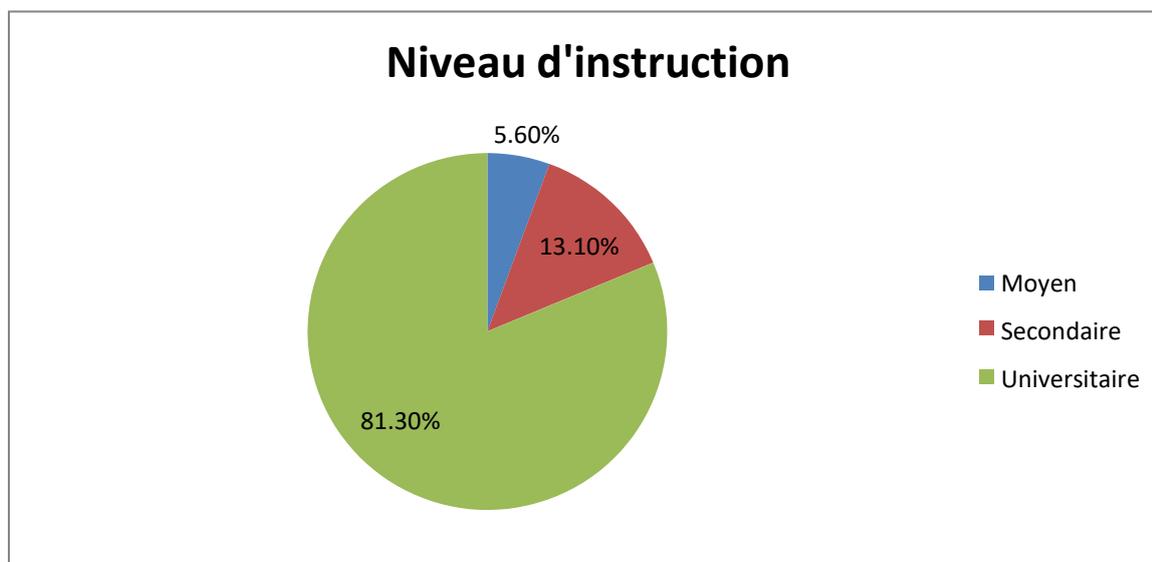


Figure 03 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

À travers le tableau ci-dessous, nous observons que la majorité des individus de notre échantillon ont un niveau universitaire avec un effectif de 87 individus, représentant ainsi un taux de 81,3 %, en deuxième lieu, on trouve ceux qui ont un niveau secondaire, avec un effectif de 14 individus représentant 13,1 % de notre échantillon, enfin, ceux qui ont un niveau moyen avec un effectif de 6 individus soit un pourcentage de 5,6 %.

Ces résultats nous démontrent que la majorité des auditeurs de la radio Soummam présents dans notre échantillon sont des universitaires avec un niveau d'instruction élevé.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 04 : répartition de l'échantillon selon leurs catégories socioprofessionnelle.

Catégories socioprofessionnelles	Fréquence	Pourcentage %
Employer	9	8.4%
Ouvrier	7	6.5%
Retraité	6	5.6%
Etudiant	82	76.6%
Chomeur	1	0.9%
Etudiant et employé	1	0.9%
Gardien	1	0.9%
Totale	107	100%

Source : les enquêtes.

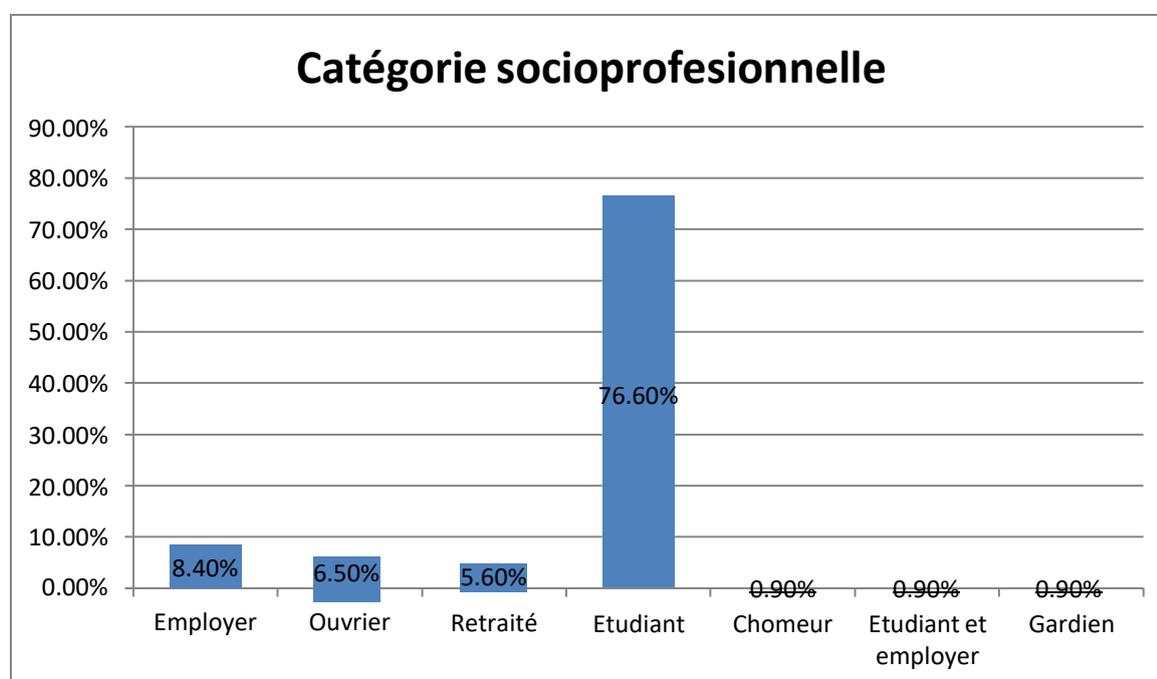


Figure 04 : Répartition de l'échantillon selon leurs catégories socioprofessionnelle.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

---

À travers le tableau ci-dessous, nous observons que la majorité des individus présents dans notre échantillon de recherche sont des étudiants, avec un effectif de 82 individus, représentant au total un pourcentage de 76,6 %, en deuxième lieu, on trouve les employés avec un effectif de 9 individus représentant un taux de pourcentage de 8,4 %, ensuite, les ouvriers représentent 6,5 % de notre échantillon avec un effectif de 7 individus, en quatrième position, on trouve les retraités avec un effectif de 6 individus représentant un taux de 5,6 %, et enfin les chômeurs, les étudiants, les employés et les gardiens ont chacun un effectif similaire d'un individu, représentant chacun 0,9 % du taux de pourcentage.

À travers les résultats recueillis auprès de notre échantillon de recherche, nous constatons que les auditeurs de la radio Soummam sont variés en termes de catégories socioprofessionnelles, comprenant des retraités, des chômeurs, des étudiants, des ouvriers, ainsi que d'autres types d'emplois.

### **05. Répartition de l'échantillon selon leurs communes :**

À travers les résultats obtenus auprès des 107 enquêtés, nous observons que ces derniers sont répartis dans plusieurs communes de la wilaya de Bejaia, on constate que la majorité d'entre eux sont de la commune de Bejaia, suivie de la commune d'Amizour, puis d'El-Kseur. Ensuite, on retrouve des individus provenant de plusieurs autres communes telles que Adekar, Sidi-Aïche, Akbou, Chemini, Mecisna, Taskriout, Oued-Ghir, Souk Oufella, Aokas, Akfadou, Tala Hamza, Kherrata, Ait Smail, Feraoun, Timezrit, Tazmalt, Sidi Ayad, Darguina, Boukhelifa, Ain Lhammam et Beni Ksila.

Nous constatons également à travers notre enquête que plusieurs individus suivent cette station depuis d'autres wilayas, en particulier celles qui sont à proximité de Bejaia, notamment Setif, Bouira, et Tizi-Ouzou.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

### Axe 02 : Typologie et Comportement d'écoute des auditeurs

Tableau numéro 05 : Répartition de l'échantillon selon le genre d'auditeur qu'ils sont :

Auditeur	Fréquence	Pourcentage%
Régulier	30	28%
Occasionnel	64	59.8%
Fidel	13	12.1%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés

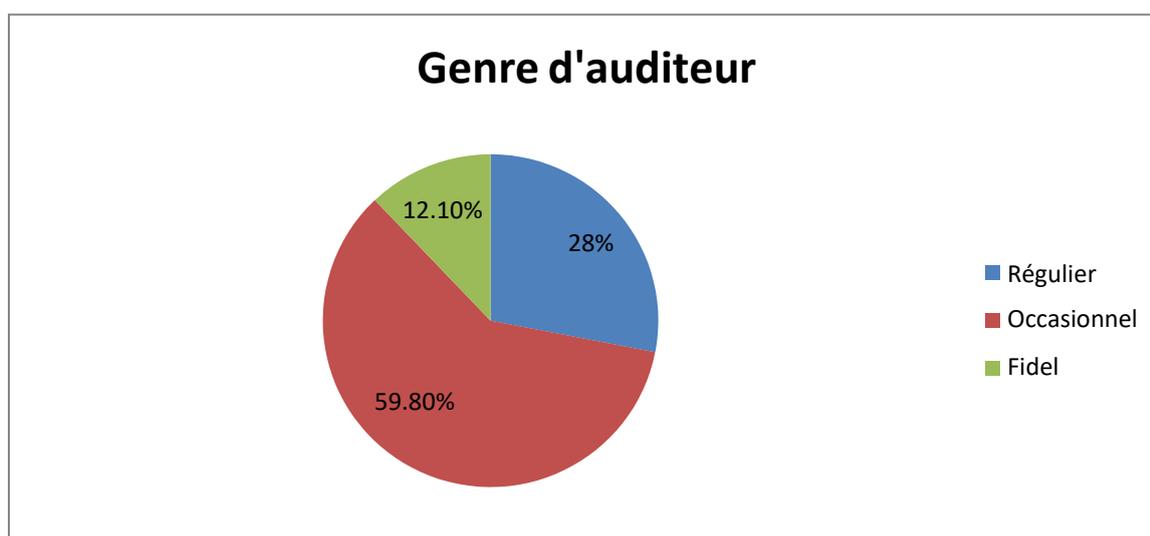


Figure 05 : Répartition de l'échantillon selon le genre d'auditeur.

À travers les données présentées dans le tableau ci-dessous, il est observé que la majorité des répondants de notre échantillon sont des auditeurs occasionnels, avec un effectif de 64 individus représentant un pourcentage de 59,8 %, ils sont suivis des auditeurs réguliers avec un effectif de 30 individus soit un taux de 28 %, et enfin, on trouve 13 auditeurs fidèles qui représentent 12,1 % de notre échantillon.

Les résultats obtenus de la part de cet échantillon représentatif indiquent que la plupart de ces derniers sont des auditeurs occasionnels, ces derniers écoutent ce média de manière irrégulière, cependant, on trouve parmi eux ceux qui sont réguliers et fidèles à cette station, écoutant les émissions de manière régulière et active.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 06 : répartition de l'échantillon selon leurs fréquences d'écoute :

Fréquence d'écoute	Fréquence	Pourcentage%
Régulière	39	36.4%
Occasionnelle	68	63.6%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés

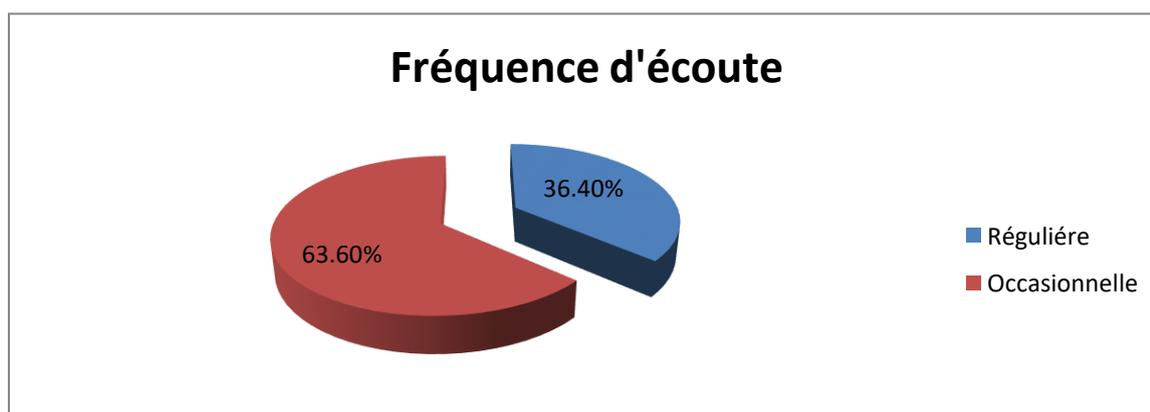


Figure 06 : Répartition de l'échantillon selon leurs fréquences d'écoute

En observant le tableau ci-dessous, nous constatons que la majorité des enquêtés effectuent une écoute occasionnelle, ces derniers sont d'un effectif de 68 individus représentant un pourcentage de 63,6 %, tandis que 39 de nos enquêtés effectuent une écoute régulière, représentant un taux de pourcentage de 36,4 %.

À travers les résultats obtenus dans notre enquête, nous pouvons observer que la plupart des individus effectuent une écoute occasionnelle, et leur écoute des programmes est plutôt irrégulière.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 07 : répartition de l'échantillon selon leurs modes d'écoute :

Mode d'écoute	Fréquence	Pourcentage%
Ecoute attentive	58	54.2%
Ecoute distraite	49	45.8%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.

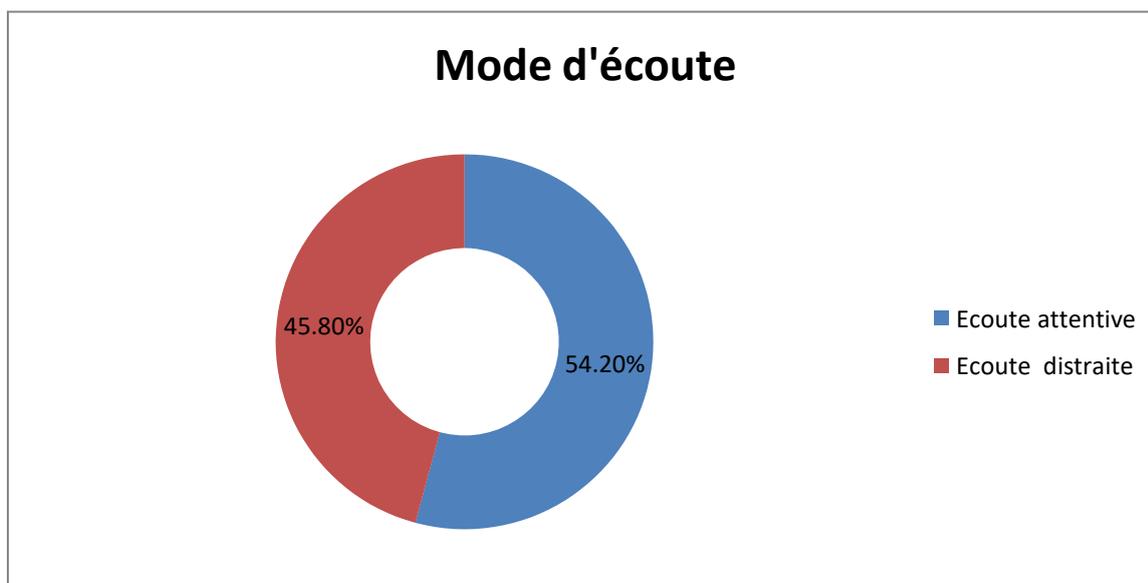


Figure 07 : Répartition de l'échantillon selon le mode d'écoute.

Nous constatons à travers notre observation au tableau ci-dessous que les enquêtés se rapprochent en termes de mode d'écoute, concernant les individus qui effectuent une écoute attentive, ils sont au nombre de 58, avec un taux de pourcentage de 54,2 %, quant à ceux qui effectuent une écoute distraite, ils sont d'un effectif de 49 individus représentant ainsi un taux de pourcentage de 45,8 %.

À travers les données recueillies, nous pouvons mentionner que les résultats obtenus sont très proches, et la station Soummam comprend des auditeurs qui effectuent à la fois une écoute attentive et à la fois distraite.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 08 : Répartition de l'échantillon selon leurs durées d'écoute par jour :

Durée d'écoute	Fréquence	Pourcentage%
Moins d'une heure	66	61.7%
Entre 01 et 02 heures	20	18.7%
Entre 02 et 03 heures	8	7.5%
Plus de 03 heures	13	12.1%
Totale	107	100%

Source : Les enquêtés.

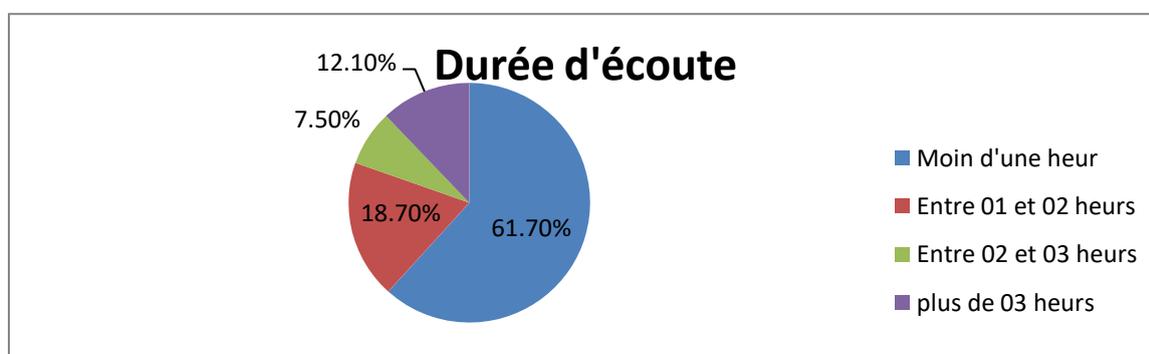


Figure 08 : Répartition de l'échantillon selon la durée d'écoute par jour

À travers notre observation au tableau ci-dessous, nous constatons que la durée d'écoute de la plupart des individus soit 66 enquêtés ne dépasse pas une heure, avec un pourcentage élevé de 61,7 %, 20 de nos enquêtés déclarent qu'ils écoutent entre 1 et 2 heures par jour avec un taux de pourcentage de 18,7 %, 13 individus représentant 12,1 % mentionnent qu'ils suivent la station pendant plus de 3 heures par jour, et enfin, nous observons que 8 individus ont déclaré écouter entre 2 et 3 heures par jour avec un pourcentage de 7,5 %.

Nous constatons à travers notre étude que les auditeurs de ce média ne sont pas actifs, et qu'une grande partie d'entre eux écoutent la radio Soummam d'une durée qui ne dépasse pas les une heure par jour, et cela peut s'expliquer par leurs écoute occasionnelle aux programmes.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 09 : Répartition de l'échantillon selon le nombre d'émissions qu'ils écoutent par jour :

Nombre d'émission	Fréquence	Pourcentage%
1	47	43.9%
2	33	30.8%
3	17	15.9%
4	2	1.9%
5	8	7.5%
<b>Totale</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>

Source : les enquêtés.

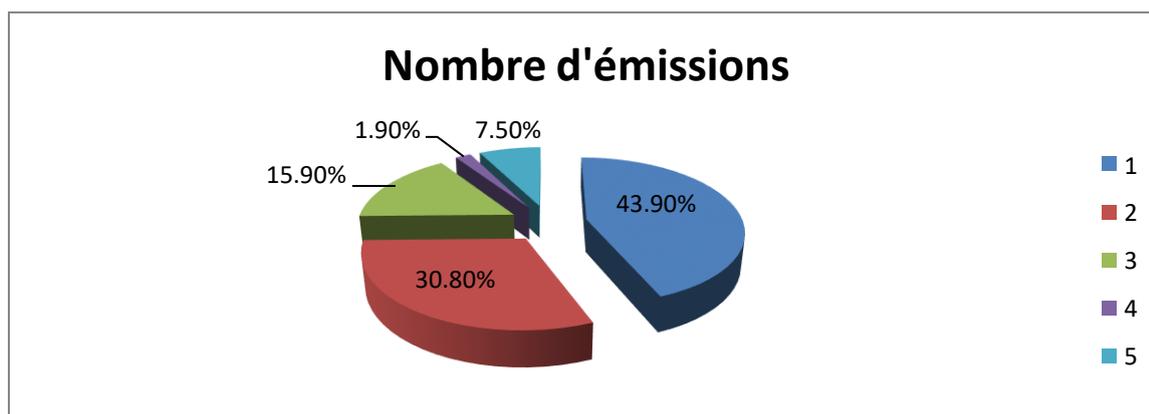


Figure 09 : Répartition de l'échantillon selon le nombre d'émissions qu'ils écoutent par jour

En analysant ce tableau, nous observons que la majorité des enquêtés écoutent une émission par jour, avec un effectif de 47 individus représentant 43,9 % de l'échantillon de recherche, en second lieu, nous remarquons que 33 enquêtés ont déclaré écoutés 2 émissions par jour, représentant un total de pourcentage de 30,8 %, ceux qui écoutent 3 émissions par jour sont de 17 individus, soit 15 % de l'ensemble des enquêtés, huit individus ont mentionné qu'ils écoutent 5 émissions par jour, ces derniers sont des auditeurs réguliers et fidèles à leur station, avec un pourcentage de 7,5 %, et enfin, deux enquêtés ont mentionné qu'ils écoutent 4 émissions par jour représentant ainsi un pourcentage de 1,9 %.

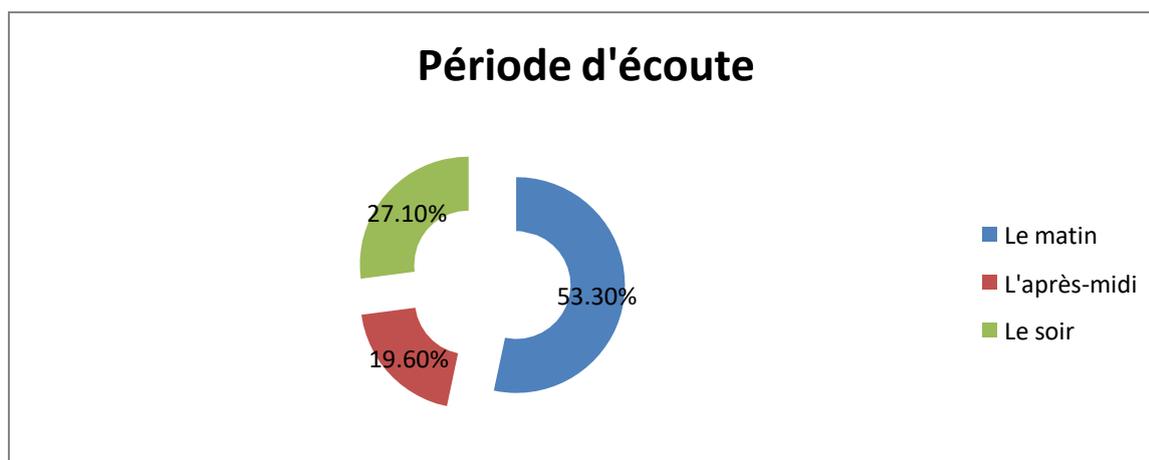
## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Nous pouvons constater que la majorité des individus n'écoutent pas suffisamment de programmes, car la plupart d'entre eux ont déclaré écouter seulement une émission par jour, et cela peut s'expliquer par leurs écoutes occasionnelles aux programmes et leurs durées d'écoute par jour.

**Tableau numéro 10 : Répartition de l'échantillon selon leurs périodes d'écoute :**

Période d'écoute	Fréquence	Pourcentage%
<b>Le matin</b>	<b>57</b>	<b>53.3%</b>
<b>L'après-midi</b>	<b>21</b>	<b>19.6%</b>
<b>Le soir</b>	<b>29</b>	<b>27.1%</b>
<b>Totale</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>

Source : les enquêtés.



**Figure 10 : Répartition de l'échantillon selon leurs périodes d'écoute**

Nous observons dans ce tableau que plus de la moitié des enquêtés préfèrent écouter la radio en période matinale, 57 individus l'ont mentionné dans notre enquête, représentant ainsi un pourcentage de 53,3 %, en deuxième lieu, on remarque que 29 individus soit 27,1 % préfèrent plutôt l'écoute du soir, et enfin ceux qui préfèrent écouter les programmes l'après-midi sont au nombre de 21 individus, avec un pourcentage de 19,6 %.

Nous pouvons constater que la majorité des individus écoutent la radio dès les débuts de la journée, cela nous permet de comprendre que ces derniers effectuent cette pratique afin de connaître les informations du jour, telles que les programmes réservés pour la journée, l'actualité, les journaux parlés et les informations pratiques.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 11 : Répartition de l'échantillon selon la modalité d'écoute :

Manière d'écoute	Fréquence	Pourcentage %
En ligne	28	26.2%
Ondes hertziennes	33	30.8%
Streaming	9	8.4%
Podcasts	36	33.6%
Autres	1	0.9%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.

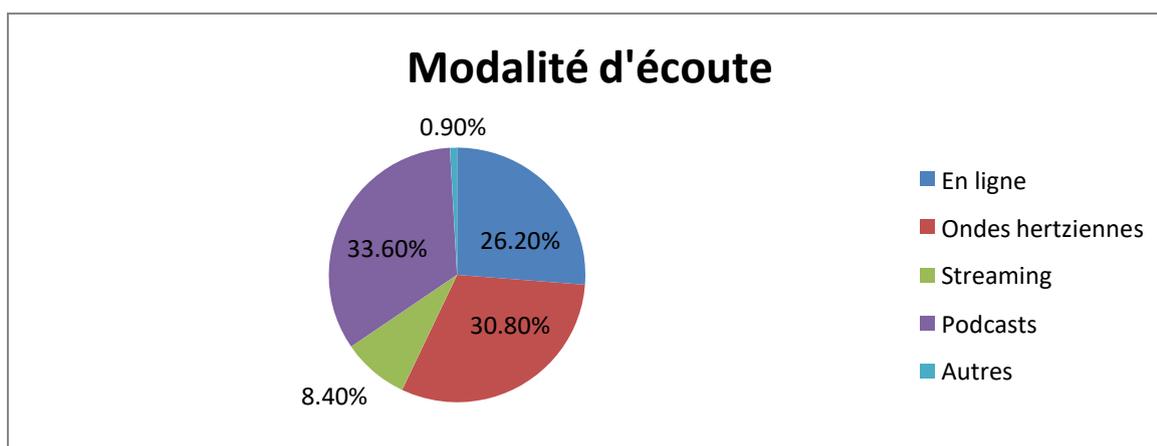


Figure 11 : Répartition de l'échantillon selon leurs modalités d'écoute

En observant les résultats dans le tableau, nous constatons que la majorité des auditeurs écoutent des podcasts, ces derniers sont d'un effectif de 36 individus, ce qui représente un pourcentage de 33,6 %, ensuite, la plupart des enquêtés qui sont d'un effectif de 33 individus ont indiqués préférer écouter les programmes à travers les ondes hertziennes sur les support traditionnels, avec un pourcentage de 30,8 % par rapport à l'ensemble des enquêtés, en remarque aussi que 28 individus ont répondu qu'ils effectuent une écoute en ligne, cette pratique s'établit sur le Web ou sur internet, représentant un pourcentage de 26,2 %, 09 enquêtés ont mentionné que cette pratique l'établissent en streaming avec un pourcentage de 8,4 %, et enfin, un enquêté a mentionné que son écoute s'effectue parfois en ligne et parfois en podcast, avec un pourcentage de 0,9 %.

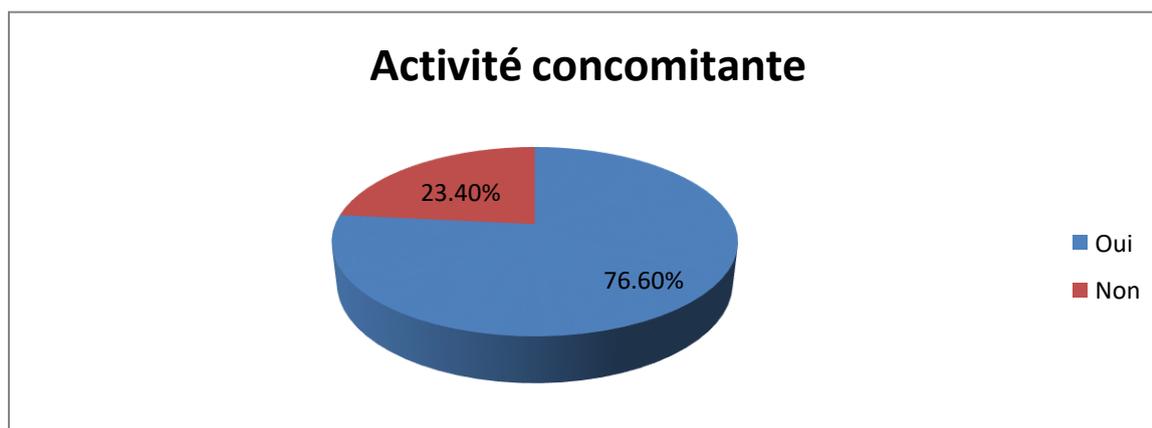
## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

A travers notre enquête, nous pouvons constater que les auditeurs de la radio Soummam sont variés en termes de modalité d'écoute, car ces derniers établissent cette pratique à travers divers moyens traditionnels et modernes.

**Tableau numéro 12 : Répartition de l'échantillon selon leurs effectuations d'activités concomitantes lors de leurs écoutes a la radio :**

Effectue des activités contomitante	Fréquence	Pourcentage
Oui	82	76.6%
Non	25	23.4%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.



**Figure 12 : Répartition de l'échantillon selon leurs effectuations d'activités concomitantes lors de leurs écoutes a la radio**

En observant le tableau ci-dessous, nous remarquons qu'une grande majorité des individus ont répondu par un oui, avec un effectif de 82 enquêtés représentant un pourcentage de 76,6 % par rapport à l'ensemble de la population de recherche, en revanche, 25 individus ont répondu par un non, ce qui signifie que leur écoute à cette station et à ses émissions est attentive, représentant un taux de pourcentage de 23,4 %.

Nous pouvons donc constater à travers les résultats obtenus auprès des auditeurs présents dans notre enquête que ces derniers écoutent cette station radio pour en faire un accompagnement durant la journée.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Tableau numéro 13 : Répartition de l'échantillon selon le type d'activités concomitantes effectuées.

Activité contomitante	Fréquence	Pourcentage%
Sport	21	25.6%
Conduite	32	39%
Travail	17	20.7%
Ménage	7	8.5%
Cuisine	5	6.1%
Totale	82	100%

Source : les enquêtés.

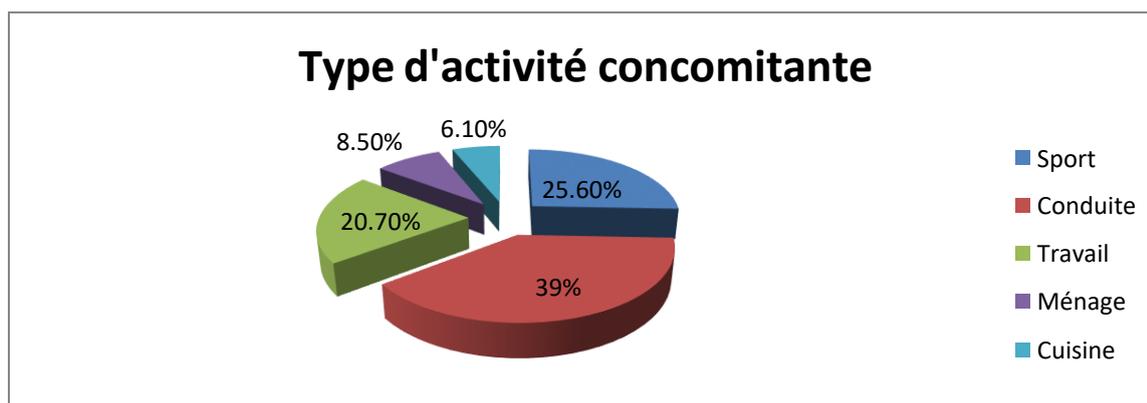


Figure 13 : Répartition de l'échantillon selon le type d'activités concomitantes effectués

Lors de notre analyse au tableau, nous constatons que plusieurs individus effectuent d'autres activités tout en écoutant les émissions diffusées, 32 individus soit 39 % ont mentionné qu'ils écoutent la radio lorsqu'ils conduisent, certains enquêtés au nombre de 21 individus pratiquent cette habitude lors de leurs séances sportives, représentant un pourcentage de 25,6 %, ensuite, nous remarquons que 17 individus préfèrent écouter ce média en étant au travail, représentant un pourcentage de 20,7 %. 8,5 % de ces derniers soit 7 individus ont mentionné que leur écoute se fait au moment du ménage, et enfin, 5 individus ont déclaré écouter la radio tout en faisant la cuisine, avec un taux de pourcentage de 6,1 %.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

Ainsi, nous pouvons constater que plusieurs individus écoutent la radio Soummam tout en accomplissant d'autres tâches concomitantes, afin que ce média leur serve comme un accompagnement durant la journée.

### Axe 03 : Motivation d'écoute :

Tableau numéro 14 : Répartition de l'échantillon selon la motivation d'écoute :

Motivation d'écoute	Fréquence	pourcentage%
Divertissement	20	18.7%
Information	68	63.6%
Accompagnement	17	15.9%
Autres	2	1.8%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.

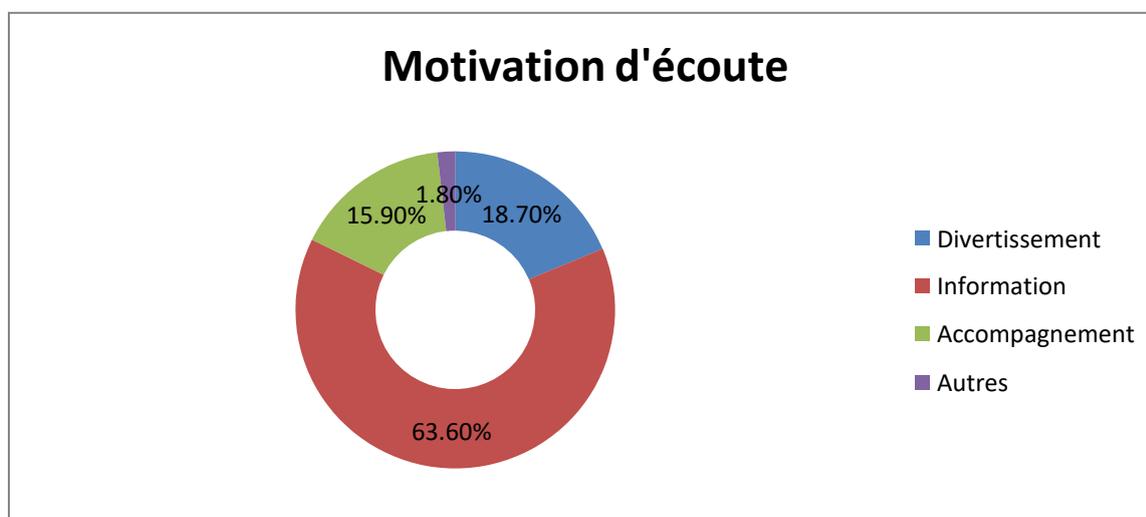


Figure 14 : Répartition de l'échantillon selon la motivation d'écoute

En analysant ce tableau, nous constatons qu'une grande majorité des enquêtés écoutent la radio Soummam pour s'informer, 68 individus ont mentionné cette motivation lors de notre enquête, représentant ainsi un pourcentage de 63,6 %, en second lieu, nous remarquons que 20 personnes soit 18,7 % de l'échantillon écoutent ce média pour se divertir, 17 d'entre eux soit 15,9 % déclarent que cette écoute leur sert d'accompagnement, et enfin, 2 individus

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

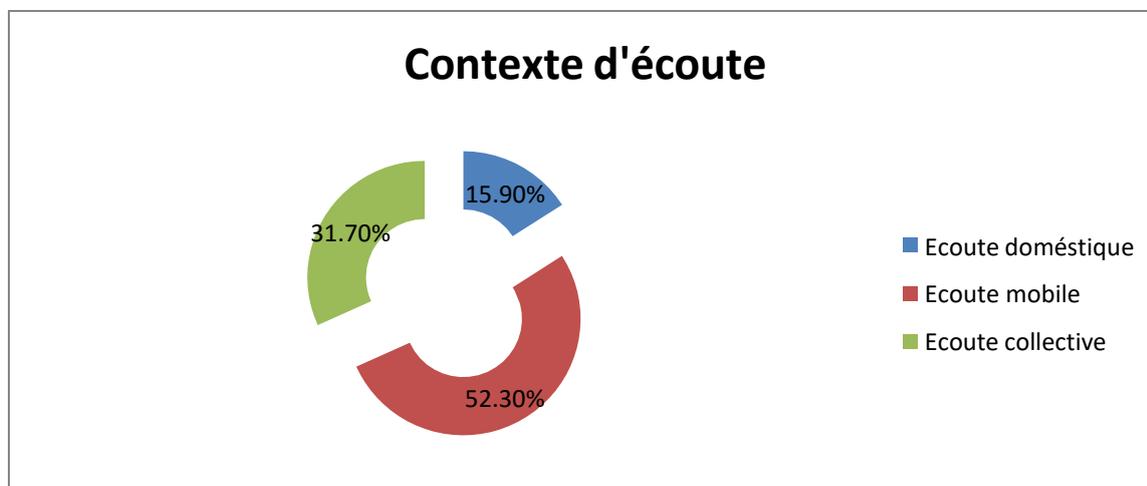
mentionnent que leur écoute est due au besoin de remplir le vide, représentant ainsi un pourcentage de 1,8 %.

Donc nous pouvons constater que les auditeurs de cette station sont variés en termes de motivation d'écoute, chaque individu a sa propre motivation, mais la majorité d'entre eux établit cette pratique pour s'informer à travers les programmes d'informations diffusés par ce média.

**Tableau numéro 15 : Répartition de l'échantillon selon le contexte d'écoute :**

Contexte d'écoute	Fréquence	Pourcentage %
Ecoute domestique	17	15.9%
Ecoute mobile	56	52.3%
Ecoute collective	35	31.7%
Totale	107	100%

Source les enquêté.



**Figure 15 : Répartition de l'échantillon selon le contexte d'écoute**

En observant le tableau ci-dessous, nous pouvons constater que la majorité des enquêtés effectuent une écoute mobile, ce genre d'écoute s'effectue en étant en déplacement à travers un véhicule, ces derniers sont d'un effectif de 56 individus représentant un pourcentage de 52,3 %, ensuite, nous constatons que 31,7 % des enquêtés écoutent la radio Soummam de manière collective, cette pratique d'écoute s'effectue généralement dans des voitures, des

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

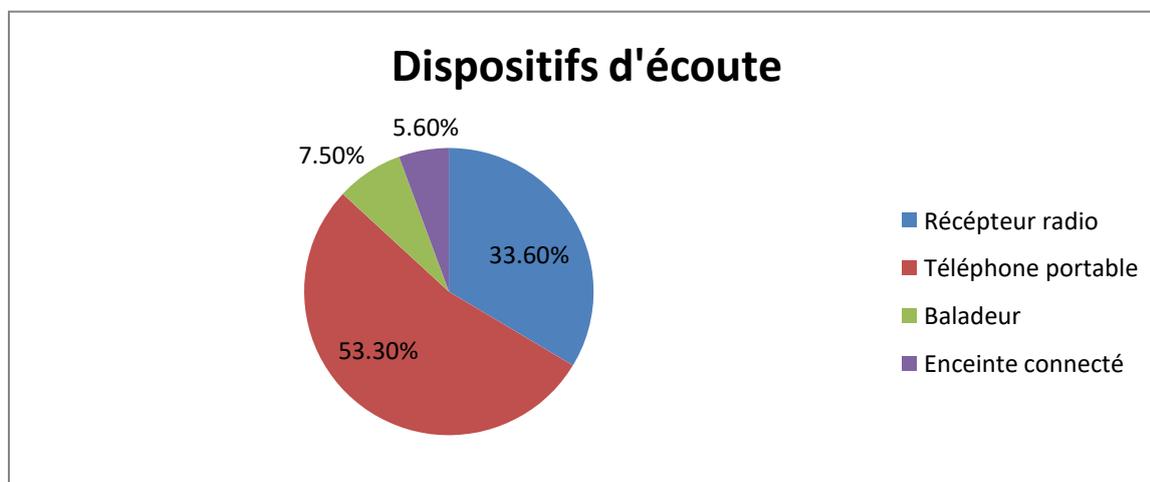
transports en commun ou à travers des regroupements, et enfin, on remarque que 17 des enquêtés préfèrent l'écoute domestique avec un taux de pourcentage de 15,9 %.

Donc nous pouvons conclure à travers les données recueillies, que les auditeurs de ce média sont variés en termes de contexte d'écoute, cependant, la majorité d'entre eux préfèrent effectuer une écoute mobile.

**Tableau numéro 16 : Répartition de l'échantillon selon leurs dispositifs d'écoute :**

Dispositif d'écoute	Fréquence	Pourcentage%
Récepteur radio	36	33.6%
Téléphone portable	57	53.3%
Baladeur	8	7.5%
Enceinte connecté	6	5.6%
Totale	107	100%

Source : les enquêtés.



**Figure 16 : Répartition de l'échantillon selon leurs dispositifs d'écoute**

Nous constatons à travers notre observation au tableau ci-dessous que plus de la moitié des enquêtés utilisent le téléphone portable comme dispositif d'écoute pour suivre les émissions diffusées par ce média, avec un effectif de 57 individus représentés par un pourcentage de 53,3 %.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

---

En deuxième lieu, on trouve le récepteur radio, auquel 36 personnes ont indiqué qu'elles suivent les émissions à travers ce dispositif, malgré les évolutions en termes de ces outils, beaucoup de personnes continuent de suivre les programmes avec ce récepteur traditionnel, ensuite, on trouve le baladeur, avec un effectif d'écoute de 8 individus représentant 7,5 % de l'échantillon, et enfin, 6 enquêtés ont mentionné qu'ils utilisent une enceinte connectée pour suivre leur station et ses programmes avec un pourcentage de 5,6 %.

À travers notre enquête, nous remarquons que les enquêtés utilisent plusieurs outils (classiques et modernes) afin de suivre les programmes diffusés par ce média, mais la majorité d'entre eux préfèrent utiliser le téléphone portable, car ce dernier est considéré comme l'outil le plus convenable pour établir cette pratique.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

---

### 2. Discussion des résultats :

Lors de la réalisation de notre étude sur les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam, nous avons mené des recherches approfondies sur notre thème, dans lesquelles nous avons consulté des thèses, des mémoires de fin d'études, des rapports, des revues, des articles, des sites et des ouvrages afin d'obtenir un maximum d'informations liées à notre recherche.

Nous avons eu la chance d'effectuer notre stage en radio Soummam, ce qui nous a permis de rencontrer le directeur, le rédacteur en chef, les journalistes et les animateurs qui nous ont transmis des informations précieuses sur notre sujet d'étude, telles que sur les émissions, les pratiques d'écoute et la diffusion des programmes.

Nous avons également eu la chance de rencontrer les auditeurs de ce média, en quel nous avons réalisé une pré-enquête auprès de deux, ces derniers nous ont fourni une variété d'informations concernant leur écoute aux émissions, les dispositifs utilisés, leur mode, leurs habitudes et leur contexte et motivation d'écoute.

Pour collecter les informations nécessaires pour notre étude, nous avons réalisé un questionnaire auprès d'un ensemble d'auditeurs de la radio Soummam, ces derniers sont variés en termes de leur profil, leur âge, leurs catégories socioprofessionnelles et leurs lieux de résidence, ce qui nous a permis d'acquies une diversité en termes de données pour mieux connaître les pratiques d'écoute des auditeurs de cette station radiophonique.

À travers les résultats que nous avons acquis lors de notre enquête, nous pouvons constater que les auditeurs de la radio Soummam sont variés, et les pratiques d'écoute de ces derniers sont diverses en termes de mode, de contexte, de dispositifs, de motivation et d'habitudes d'écoute.

## **Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats**

---

### **3. vérification des hypothèses :**

**D'après notre analyse, et à travers l'ensemble des données et des résultats obtenus lors de notre enquête, nous allons procéder à la vérification des hypothèses.**

#### **Hypothèse 01 :**

D'après les résultats obtenus lors de notre enquête, la première hypothèse « Les auditeurs de la radio Soummam écoutent occasionnellement les émissions diffusées par ce média » est confirmée suite aux réponses obtenues depuis notre questionnaire.

Les réponses obtenues lors de notre question numéro sept : « Quelle est votre fréquence d'écoute ? » Nous répondent parfaitement à notre hypothèse, la majorité des enquêtés ont mentionné qu'ils écoutent occasionnellement les programmes diffusés par ce média.

A travers notre question numéro sise « Quelle genre d'auditeurs êtes-vous ? » nous confirmons aussi notre hypothèse à travers les réponses obtenues, ces derniers ont souligné qu'ils sont des auditeurs occasionnels, cela nous démontre qu'ils écoutent cette station médiatique occasionnellement.

Donc nous pouvons retenir que notre hypothèse est confirmée suite aux réponses obtenues dans les questions numéro sept et sise, et que les auditeurs de la radio Soummam écoutent occasionnellement les programmes diffusés par cette station radio.

#### **Hypothèse 02 :**

A travers les résultats obtenus lors de notre enquête, la deuxième hypothèse « Les auditeurs de la radio Soummam effectuent une écoute mobile en étant en déplacement » est confirmée suite aux réponses des enquêtés.

Selon la question numéro 16 « Dans quelle contexte écoutez-vous la radio ? », les réponses obtenues nous confirment parfaitement notre hypothèse, où la plus grande majorité des individus ont répondu qu'ils effectuent une écoute mobile.

Et d'après notre question numéro 14 « Si oui, les quelles ? » qui est une suite à la question numéro 13 « Effectuez-vous des activités concomitantes en écoutant la radio ? », la plupart des auditeurs ont répondu qu'ils écoutent la radio Soummam en conduisant.

## Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats

---

Donc nous pouvons constater que notre hypothèse est confirmée, et la majorité des auditeurs de la radio Soummam effectuent une écoute mobile en étant en déplacement.

### **Hypothèse 03 :**

Selon les données recueillies lors de notre enquête, la troisième hypothèse « La motivation des auditeurs pour écouter la radio Soummam sont les programmes d'informations, afin que ces derniers soient informés sur l'actualité du jour » est confirmée suite aux résultats obtenus.

D'après la question numéro 15, « Qu'est-ce qui vous motive à écouter la radio ? », les réponses obtenues indiquent que plus de la moyenne des répondants écoutent les programmes d'informations, confirmant ainsi que ces derniers écoutent cette station radio afin de s'informer.

Nous pouvons donc conclure que notre hypothèse est validée, et que les auditeurs de la radio Soummam écoutent les programmes d'information afin de s'informer sur l'actualité du jour.

### **Hypothèse 04 :**

A travers les résultats obtenus lors de notre enquête, la quatrième hypothèse « Les auditeurs de la radio Soummam écoutent attentivement les programmes diffusés » est confirmée suite aux réponses obtenues auprès de nos enquêtés.

Selon la question numéro 08, « Quel est votre mode d'écoute ? », la majorité des individus présents dans notre enquête ont mentionné qu'ils effectuent une écoute attentive lors de leurs écoutes aux émissions diffusées.

Donc nous pouvons constater que même si les auditeurs écoutent les programmes diffusés par la radio Soummam d'une manière occasionnelle avec une fréquence d'écoute faible, cependant, ces derniers effectuent une écoute attentive lors de leurs écoutes aux émissions.

**Conclusion générale :**

## Conclusion générale

---

### **Conclusion :**

Ce mémoire de fin d'études intitulé « Analyse des pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam » a comme objectif de répondre à la question de recherche suivante : Quelle sont les pratiques d'écoutes des auditeurs de la radio Soummam ?

A travers nos recherches et les études que nous avons effectuées, nous avons pu connaître les différentes pratiques d'écoute adoptées par les auditeurs de ce média radio.

Nos résultats de recherche nous ont permis de constater que les pratiques d'écoute sont variées, que ce soit en termes d'habitudes, de moments d'écoute, de dispositifs utilisés ou encore de motivations pour écouter les programmes de cette station.

En effet, cette station médiatique comporte une variété d'auditeurs, parmi lesquels on trouve une diversité en termes d'âge, comprenant des enfants, des jeunes, des adultes et des personnes âgées, ainsi qu'une diversité au niveau des catégories socioprofessionnelles, on y retrouve notamment des employés, des élèves, des chômeurs, des étudiants et des enseignants.

A travers ces profils, nous pouvons constater qu'il existe des auditeurs réguliers et fidèles qui sont très engagés dans leurs écoutes aux programmes, ce genre d'auditeurs sont très actifs dans l'écoute, la participation aux émissions et sur le nombre d'émissions écoutées par jour, et des auditeurs occasionnels, qui effectuent cette pratique de manière irrégulière, avec une durée d'écoute plutôt faible et l'absence de toute participation aux programmes diffusés.

Nous remarquons également que les pratiques d'écoute s'effectuent à travers plusieurs dispositifs, où l'on trouve des dispositifs classiques tels que le récepteur radio, ainsi que des dispositifs contemporains et modernes tels que les enceintes connectées, les téléphones portables et les baladeurs, de plus, l'écoute s'établit également en ligne via Internet, notamment sur les réseaux sociaux, en streaming ou en podcasts.

Ces pratiques sont effectuées pour diverses raisons et dans plusieurs contextes, certains les réalisent pour s'informer ou se divertir, tandis que d'autres l'utilisent comme un accompagnement durant leur journée, ces dernières sont connues pour être réalisées soit à domicile, de manière collective ou lors des déplacements.

Enfin, nous pouvons souligner que l'étude sur les pratiques d'écoute des auditeurs est d'une grande importance, et nous espérons que d'autres études seront réalisées sur ce sujet.

**Références**

**Bibliographiques**

## Liste bibliographique :

### Ouvrage :

- Angers, M. (1997). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Casbah Université, Alger, pp. 130.
- Angers, M. (1997). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Casbah, Alger, pp. 226.
- Ardoino, J. (2008). L'écoute (de l'autre). Nouvelle revue de psychosociologie, 2008(n°2), éditions Érès, pp.291.
- Balle, F. (1998). Dictionnaire des médias. Larousse, pp. 205.
- Chevreux, M. (2003). La radio pionnière. Edition CNRS, 3(n°3), pp. 77.
- Couvreur, A., & Lehuede, F. (2002). Essai de comparaison de méthodes quantitatives et qualitatives à partir d'un exemple : le passage à l'euro vécu par les consommateurs. Cahier de recherche, Département "Consommation", Paris, (n° 176), pp. 7.
- Dubuisson-Quellier, S., & Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques. Apports pour l'étude sociologique de la consommation. Sociologie, 4(n°4), pp. 451-469.
- Durand, C. (2023). De la problématique à la stratégie: Pré-enquête, question de recherche, population. Département de sociologie, Université de Montreal, pp. 07.
- Etienne, D. (2019). Communication engagée au sein des associations d'auditeurs en radio en Afrique subsaharienne, pp. 160-163.
- Glevarec, H. (2007). L'audience est une déclaration et un « jeu de langage ». Dans le temps des médias,5(n°2), pp. 182-191.
- Grawitz, M. (2001). Les méthodes des sciences sociales. Paris, Dalloz, pp. 353.
- Grawitz, M. (2001). Les méthodes des sciences sociales (11e éd.). Dalloz, pp. 75.

- Grawitz, M. (2004). *Lexique des sciences sociales* (8e éd.). Dalloz, pp. 274
- Grawitz, M. (2007). *Lexique des Sciences Sociales* (7ème édition). Paris: Dalloz, pp. 398.
- Koradia, Z. (2013). *Web Radio: A Manual for Streaming Audio on the Web*. Commonwealth Educational Media Centre for Asia, New Delhi, pp. 6.
- Méadel, C. (2010). *Quantifier le public. Histoire des mesures d'audience de la radio et de la télévision*. ÉditionsEconomica, Paris, pp. 49-50.
- Muchielli. (1972). *Analyse de contenu*. ESP, Paris, pp. 45.
- Quivy, R. (1995). *Manuel de recherche en science sociale*. Paris: Dunod, pp. 138.
- Randin, J. (2008). *Qu'est-ce que l'écoute, Des exigences d'une si puissante « petite chose »*. *ApprocheCentrée Sur La Personne, Pratique et Recherche*, 7(n°1), pp. 72.
- Savarese, E. (2006). *Méthodes des sciences sociales*. Ellipses.

### **Thèses et mémoires :**

- Bertin, J. (2020). *Les auditeurs de France Inter : développement d'une pratique radiophonique*. Mémoire, Département de Communication, Faculté des Arts et des Sciences.
- Couture, P., & Fiset, D. (2005). *La radio à Québec et ses auditeurs : Rapport final*. Laboratoire de recherche, Département de sociologie, Université Laval.
- Votron, V. (2017). *Les émissions interactives : au croisement de la radio classique et de la radio connectée, Identification des acteurs et des mécanismes de participation dans la production de contenu d'information*. Thèse de doctorat, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain.

### **Revue :**

- Ferroukhi, K. (2009). *La compréhension orale et les stratégies d'écoute des élèves apprenant le français en 2ème année moyenne en Algérie*, pp. 277.

## **Rapport final :**

-Couture, P., & Fiset, D. (2005). La radio à Québec et ses auditeurs : Rapport final présenté à La Ligue des Droits et Libertés. Laboratoire de recherche, Département de sociologie, Université Laval, p. 18.

## **Webographie :**

Ecoute. Dans le dictionnaire Larousse en ligne. Disponible sur :

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9coute/27700#:~:text=1.,t%C3%A9%20A9spectateurs%203A%20Heure%20de%20grande%20%C3%A9coute> consulté le 24/05/2024 à 09 : 00

Deleu, C. (2023). Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Disponible sur : <https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/auditeur/> Consulté le 01/05/ 2024 à 19 : 27.

Auditeur. Dans le dictionnaire Linternaute. Disponible sur :

<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/auditeur/> Consulté le 23/12/2023 à 17 : 53.

Bathlout, B. (2019). Etude quantitative. Disponible sur :

<https://www.definitions-marketing.com/definition/etude-quantitative/> Consulté le 21/12/ 2023 à 23 : 06.

Echantillonnage. Dans infonet. Disponible sur :

<https://infonet.fr/lexique/definitions/echantillonnage/> Consulté le 22/12/2023 à 16:42.

Département de mathématiques du Québec. Echantillonnage boule de neige. Disponible sur :

[https://mathematic.moodle.decclic.qc.ca/pluginfile.php/3164/mod\\_resource/content/1/%C3%89chantillonnage%20boule%20de%20neige.pdf](https://mathematic.moodle.decclic.qc.ca/pluginfile.php/3164/mod_resource/content/1/%C3%89chantillonnage%20boule%20de%20neige.pdf) consulté le 23/12/2023 à 16:08.

Deleu, C. (2016). Auditeur. Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics.

Disponible sur : <https://publictionnaire.huma-num.fr/wp-content/uploads/2015/09/auditeur.pdf>

Consulté le 26/12/ 2023 à 14 : 24.

Verhaeghe, J & Hemmer, C. (2016). Role de l'auditeur dans le médium audio en 2016 ?

Disponible sur : <https://fr.slideshare.net/ClaudeHemmer/role-de-lauditeur> Consulté le 03/05/ 2024 à 20 : 05.

Bahwere, G. Termes de référence des clubs d'écoute pour la résilience communautaire en protection. République Démocratique du Congo. Disponible sur : <https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621240/gd-tor-listening-clubs-community%20protection-drc-170921-fr.pdf;jsessionid=7D80A011972FD8EE668F32687C2AE2F0?sequence=4> consulté le 06/05/24 à 21 : 01.

Galpin, G. (2016). Radio : l'auditeur, roi de programmation musicale. Disponible sur : <https://larevuedesmedias.ina.fr/radio-lauditeur-roi-de-la-programmation-musicale> Consulté le 08/05/2024 à 13:46.

Roussel, N. (2019). Qu'est-que une ligne éditoriale ? Définition. Disponible sur : <https://www.iandyoo.com/ligne-editoriale-definition/> Consulté le 08/05/2024 à 14:59.

Ecouter. Dans le dictionnaire Le Robert DICO EN LIGNE. Disponible sur: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ecouter>. consulté le 02/05/2024 à 17 :11.

Atelier. (2018). L'importance de l'écoute active. Disponible sur : [https://sfap.org/system/files/atelier\\_-\\_lecoute\\_active\\_0.pdf](https://sfap.org/system/files/atelier_-_lecoute_active_0.pdf) consulté le 25/05/2024 à 12:30.

Nous demain. Le blog participatif de la fédération léo l'orange. Disponible sur : <https://www.nous-demain.fr/lecoute-empathique-cest-quoi/> consulté le 25/05/2024 à 13 : 57.

Evolutis. (2018). L'écoute : clé de la relation clients ? Disponible sur : <https://evolutis-formation.fr/actualites-formation-coaching/ecoute-cle-de-la-relation-client/> consulté le 01/05/2024 à 16:30

Phone training. (2018). L'écoute clé de la relation client. Disponible sur : <https://www.phone-training.fr/lecoute-cle-de-la-relation-client/> consulté le 01/05/2024 à 16:49

Pro-contact. Les 5 typologies d'écoute. Disponible sur : <https://www.pro-contact.fr/typologies-ecoute/> consulter le 09/06/2024 à 17 :45.

Beccarelli, M. (2016). Quand la radio habite la nuit. Disponible sur :

<https://www.erudit.org/fr/revues/im/2015-n26-im02640/1037318ar/> consulté le 09/06/2024 à 18 :01.

Padmakumar, K.(2015). Understanding The Passive Listeners Of FM Radio Stations In South India. Manipale University, India. Disponible sur :

<https://www.ojcmnt.net/download/understanding-the-passive-listeners-of-fm-radio-stations-in-south-india-5682.pdf>

CGV. (2023). Qu'est-ce que le DAB+ ? Et pourquoi c'est super ? Disponible sur :

<https://www.cgv.fr/blog/qu-est-ce-que-le-dab-et-pourquoi-cest-super--n54#:~:text=Le%20DAB%2B%20est%20une%20technologie,couverture%20que%20la%20FM%20traditionnell e> consulté le 30/04/2024 à 21 :09.

Radio King. (2024). Radio et Enceintes connectées. Disponible sur :

<https://fr.radioking.com/blog/radio-et-enceintes-connectees-duo-gagnant/> consulté le 30/04/2024 à 22:16

Yamaguchi, C. Office of Technology and Distance Learning. University of Hawaii at Hilo.

Disponible sur : <https://hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf> . Consulté le 24/05/2024 à 15 :31.

Calenda. (2020). Radio en mobilité. Programmes, pratiques, techniques et perspectives. Revue radiomorphose, (n°6). Disponible sur : <https://calenda.org/764419?lang=es> consulté le 10/06/2024 à 14 :10.

Cordiale. PRE-ENQUETE, nom. Disponible sur :

<https://www.cordial.fr/dictionnaire/definition/pr%C3%A9-enqu%C3%AAte.php#:~:text=PR%C3%89%2DENQU%C3%8ATE%2C%20nom&text=Test%20d'une%20enqu%C3%AAt%20sur,questionnaire%20et%20pr%C3%A9coder%20les%20r%C3%A9ponses> Consulté le 03/05/2024 à 17: 06

# **Annexes**

## **Questionnaire de recherche :**

### **Sous le thème :**

#### **Analyse des pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam.**

Dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de fin d'étude sur les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam, nous vous demandons de bien vouloir nous répondre à notre questionnaire. Et toutes les informations recueillies auprès de vous seront confidentielles.

#### **Axe numéro 01 : Profil des auditeurs**

##### **01- Quel est votre sexe ?**

- Masculin
- Féminin

##### **02- Quel est votre âge ?**

- Moins de 20 ans
- Entre 20 et 40 ans
- Entre 40 et 60 ans
- Plus de 60 ans

##### **03- Quel est votre niveau d'instruction ?**

- Moyen
- Secondaire
- Universitaire

##### **04- Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?**

- Employé
- Ouvrier

- Retraité
- Étudiant
- Autres :

**05- Quelle est votre commune ?**

Texte de réponse courte : ...

**Axe numéro 02 : Typologie et Comportement d'écoute des auditeurs**

**06- Quel genre d'auditeur êtes-vous ?**

- Régulier
- Occasionnel
- Fidél

**07- Quelle est votre fréquence d'écoute ?**

- Régulière
- Occasionnelle

**08- Quelle est votre mode d'écoute ?**

- Écoute Attentive
- Écoute Distracte

**09- Quelle est votre durée d'écoute par jour ?**

- Moins d une heure
- Entre 1 et 2 heures
- Entre 2 et 3 heures
- Plus de 3 heurs

**10- Quelle est le nombre d'émissions que vous écoutez par jour ?**

- 01                       02                       03                       04                       05

**11- En quelle période de la journée écoutez-vous la radio ?**

- Le matin
- L'après-midie
- Le soir

**12- De quelle manière écoutez-vous la radio ?**

- En ligne
- Ondes hertziennes
- Streaming
- Podcast
- Autres :

**13- Effectuez-vous des activités concomitantes en écoutant la radio ?**

- Oui
- Non

**14- Si oui, les quelles ?**

- Sport
- Conduite
- Travail
- Autre :

**Axe 03 : Motivation et contexte d'écoute**

**15- Ques qu'il vous motive a écouté la radio ?**

- Divertissement
- Informations
- Accompagnement
- Autres :

**16- Dans quel contexte écoutez-vous la radio ?**

- Écoute domestique
- Écoute mobile
- Écoute collective
- Autre :

**17-A travers quel (s) dispositif (s) écoutez-vous la radio ?**

- Récepteur radio
- Téléphone portable
- Baladeur
- Ensemble connecté

# **Table des matières**

# Table des matières

---

## Table des matières

Remerciments

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction

## Cadre méthodologique

### Chapitre I : Analyse conceptuelle

1. problématique.....	5
2. hypothèses.....	6
3. Définition des concepts clés.....	7
3.1. Ecoute.....	7
3.2. Auditeur.....	7
4. Les indicateurs de recherche.....	8
5. Les études antérieures.....	9
5.1. Etude 01.....	9
5.2. Etude 02.....	12
5.3. Etude 03.....	13
6. Motivation du choix du sujet.....	16
7. Les objectifs de l'étude.....	16

### Chapitre II : Démarche méthodologique

1. Approche théorique de l'étude.....	18
1.1. Définition et évolution de la théorie des pratiques.....	18

# Table des matières

---

1.2. La relation entre la théorie des pratiques et notre thème de recherche .....	19
2. la pré-enquête .....	19
3. Méthodologie de recherche .....	20
4. les techniques de recherche .....	20
5. Echantillon et type d'échantillonnage .....	21
5.1. La population d'étude.....	21
5.2. Type d'échantillonnage .....	22
6. Difficultés rencontrées .....	22

## Cadre théorique

### Section 01 : Généralités sur les auditeurs

1. Définition de l'auditeur.....	25
2. Les catégories d'auditeurs.....	25
2.1. Les auditeurs occasionnels .....	25
2.2. Les auditeurs réguliers.....	25
2.3. Les auditeurs fidèles.....	25
3. Evolution des auditeurs dans le milieu radiophonique .....	25
4. Le rôle des auditeurs .....	26
5. Auditeurs et clubs d'écoute.....	27

### Section 02 : Les auditeurs dans les stations radiophoniques

1. Définition d'une radio.....	28
2. L'implication des auditeurs dans les stations radio .....	28
3. L'importance des auditeurs dans les stations radio .....	29
4. L'impact des auditeurs sur les programmes et les stations radio .....	30
4.1. L'influence des auditeurs sur le choix de programmation .....	30
4.2. L'influence des auditeurs sur l'orientation éditoriale .....	30

# Table des matières

---

5. L'objectif des auditeurs en écoutant la radio .....	30
--	----

## **Chapitre VI : Les pratiques d'écoute des auditeurs**

### **Section 01 : Généralités sur l'écoute**

1. Définition d'une écoute .....	33
2. Les différents types d'écoute .....	33
2.1. Ecoute active .....	33
2.2. Ecoute empathique .....	33
2.3. Ecoute totale .....	33
2.4. Ecoute systémique.....	34
2.5. Ecoute enrichie.....	34
3. Définition d'une écoute radiophonique .....	34
4. Typologie d'écoute radiophonique .....	34
4.1. Ecoute matinale.....	34
4.2. Ecoute nocturne .....	34
4.3. Ecoute active.....	35
4.4. Ecoute passive.....	35
4.5. Ecoute en arrière plan.....	35
4.6. Ecoute déterritorialisée.....	35

### **Section 02 : les pratiques d'écoute**

1. Motivation des auditeurs pour l'écoute de la radio .....	36
1.1. La musique.....	36
1.2. L'information.....	36
1.3. Informations pratiques.....	36
1.4. Divertissement .....	36
2. Les dispositifs d'écoutes de la radio .....	36

## Table des matières

---

2.1. Les supports classiques .....	36
2.2. Téléphone portable .....	36
2.3. L'ordinateur .....	37
2.4. Le DAB .....	37
2.5. Le DAB+ .....	37
2.6. Web radio .....	37
2.7. Enceinte connectée .....	37
2.8. Podcasting .....	37
2.9. Le streaming .....	38
3. Les principaux indicateurs de l'audience radio .....	38
3.1. Audience cumulée .....	38
3.2. Quart d'heure moyen .....	38
3.3. Comportement et habitudes d'écoute des auditeurs .....	38
3.4. Part d'audience .....	38
3.5. Indicateur sociodémographiques .....	38
4. Evolution des pratiques d'écoute et de diffusion dans les stations radiophoniques .....	39
5. Contexte d'écoute .....	39
5.1. Ecoute mobile .....	39
5.2. Ecoute collectifs .....	40
5.3. Ecoute domestique .....	40

### **Cadre pratique**

#### **Chapitre V : Présentation de lieu de recherche**

1. Présentation de la radio Soummam .....	43
1.1. L'effectif de la radio Soummam .....	43
1.2. La fiche technique de la radio Soummam .....	44

# Table des matières

---

1.3. Les caractéristiques de la radio Soummam .....	44
1.3.1. La rapidité de transmission de l'information .....	44
1.3.2. La proximité .....	44
1.3.3. La polyvalence.....	45
1.3.4. Bilinguisme .....	45
1.3.5. Le scoop .....	45
1.3.6. La crédibilité .....	45
1.4. Les objectifs de la radio Soummam .....	45
1.5. Matériels techniques.....	46
1.6. Les programmes de la radio Soummam .....	46
1.6.1. Répartition en pourcentage des programmes pendant l'été 2024.....	47
1.6.2. Répartition en pourcentage des programmes pendant le ramadan 2024.....	47
1.6.3. Répartition en pourcentage des programmes en langue Amazigh et Arabe pendant le ramadan de 2024.....	47
1.7. Fréquence d'écoutes.....	48
2. Etape de réalisation de l'enquête.....	48
 <b>Chapitre VI : Analyse et interprétation des résultats</b>	
1. Interprétation des données .....	50
1.1. Axe 01 : Profil des auditeurs .....	50
1.2. Axe 02 : Typologie et comportement d'écoute des auditeurs .....	55
1.3. Axe 03 : Motivation et comportement d'écoute .....	64
2. Discussion des résultats .....	68
3. Vérification des hypothèses .....	69
<b>Conclusion</b> .....	72
 <b>Liste bibliographique</b>	

# Table des matières

---

**Annexe**

**Table des matières**

**Résumé**

## **Résumé**

Depuis l'avènement de la radio jusqu'à nos jours, les pratiques d'écoute des auditeurs ont beaucoup évoluées, nous remarquons de nouvelles formes liées à la diffusion et à la réception des émissions dans ce média.

A travers notre mémoire, nous avons analysé les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam, l'objectif de cette étude est de connaître les habitudes d'écoute de ces derniers, les dispositifs utilisés a fin de suivre les programmes, leurs modes d'écoute, leurs motivations et leurs contextes d'écoute.

Pour mener à bien cette étude, et afin de répondre à notre question de recherche qui est :  
Quelle sont les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam ?

Nous avons réalisé un questionnaire auprès d'un échantillon de recherche qui est composé d'un ensemble d'auditeurs de ce média, afin de connaître leurs pratiques d'écoute et de répondre à notre problématique.

Les resultats obtenus lors de notre enquête nous ont démontré que les pratiques d'écoute des auditeurs de la radio Soummam varient d'un auditeur à un autre, et ces derniers écoutent ce média à travers plusieurs dispositifs et dans plusieurs contextes, et chacun à sa motivation, son comportement et son mode d'écoute.

## **Abstract :**

Since the advent of radio until the present day, the listening practices of listeners have evolved considerably, and new forms of broadcasting and reception of radio programs have emerged.

Through our thesis, we will analyze the listening practices of Soummam radio listeners, the objective of this study is to know the listening habits of the listeners, the devices used to follow the programs, their listening modes, their motivation and their listening contexts.

To conduct this study and answer our research question which is : What are the listening practices of Soummam radio listeners ?

We conduct a survey within a sample that is composed of a group if listeners of this media, in order to know their listening practices and ton answer our problem.

The results of our survey showed us that the listening practices of radio Soummam listeners vary from one listener ton another, and that they listen to this medium through several devices and in several contexts, each with its own motivation, behavior and listening style.

## ملخص

منذ ظهور الراديو حتى يومنا هذا، تطورت ممارسات الاستماع لدى الجمهور بشكل كبير، حيث لحضنا ظهور أشكال جديدة مرتبطة بتلقي برامج هذه الوسيلة الإعلامية. من خلال بحثنا، سنحلل ممارسات الاستماع لدى جمهور إذاعة صومام، وهدف هذه الدراسة هو معرفة عادات الاستماع لديهم، و الأجهزة المستخدمة لمتابعة البرامج، و أوضاع الاستماع، و دوافعهم، و سياق استماعهم.

لأجراء هذه الدراسة، و الإجابة على سؤال البحث الخاص بنا الذي يقول : ما هي ممارسات الاستماع لدى جمهور إذاعة صومام ؟

أجرينا استطاع لعينة من البحث تتألف من مجموعة من المستمعين لهذه الوسيلة الإعلامية، لمعرفة ممارسات الاستماع لديهم و من اجل الرد على مشكلتنا

أظهرت لنا نتائج الاستطلاع الذي أجريناه لدى مستمعي راديو صومام تختلف من مستمعي إلى آخر، و أنهم يستمعون إلى هذه الوسيلة من خلال عدة أجهزة و في عدة سياقات، و لكل مستمع دوافعه و سلوكه و أسلوبه في الاستماع.