



ISSN Print: 2394-7500  
ISSN Online: 2394-5869  
Impact Factor: 8.4  
IJAR 2023; 9(6): 318-325  
[www.allresearchjournal.com](http://www.allresearchjournal.com)  
Received: 09-03-2023  
Accepted: 11-04-2023

**Zahra Zemmit**  
Ph.D. Researcher, Faculty of  
Letters and Human Sciences,  
IBN Zohr University, Agadir,  
Morocco

**Laila Aboussi**  
Ph.D. Supervisor, Faculty of  
Letters and Human Sciences  
IBN Zohr University, Agadir,  
Morocco

**Corresponding Author:**  
**Zahra Zemmit**  
Ph.D. Researcher, Faculty of  
Letters and Human Sciences,  
IBN Zohr University, Agadir,  
Morocco

## L'apport du numérique dans le changement des perceptions de l'écoute radiophonique. Cas de la radio au Maroc

**Zahra Zemmit and Laila Aboussi**

### Abstract

Les dix dernières années, le marché marocain de la radio témoigne des changements importants relatifs aux perceptions des marocains à l'égard de l'écoute radiophonique. A cet effet, le numérique a profondément modifié les perceptions et les habitudes d'écoute des auditeurs marocain. Dans ce contexte d'évolution, la radio numérique a également commencé à gagner du terrain au Maroc en offrant une meilleure qualité sonore et plus de choix de stations aux auditeurs. C'est dans cette optique que le présent article examine l'impact du numérique sur les perceptions de l'écoute radiophonique au Maroc. Avec l'évolution rapide de la technologie, la radio a dû s'adapter pour rester pertinente dans un paysage médiatique en constante évolution. Le numérique a apporté des changements significatifs dans la façon dont les auditeurs marocains interagissent avec la radio. Ainsi, cette étude explore la transition de la radio traditionnelle vers la radio numérique au Maroc. De ce fait, l'émergence de la diffusion en ligne, les applications mobiles et les podcasts ont élargi les possibilités d'écoute pour les auditeurs leur offrant une plus grande flexibilité et une variété de contenus. De plus, l'expansion des supports et des canaux numériques ont contribué à une personnalisation des contenus qui se force à s'adapter à l'audience cible. Ces nouvelles perspectives dictent aux diffuseurs de nouvelles mesures afin de faire face aux exigences des auditeurs à l'ère du numérique. C'est dans ce contexte de constante évolution que le présent article propose d'analyser les changements des perceptions des auditeurs dictés par la numérisation de la radio marocaine à travers une méthode mixte de recherche comportant une étude quantitative et une étude qualitative. L'analyse des résultats obtenus confirme la fragmentation de l'audience et la personnalisation accrue des contenus qui aboutissent à une radio augmentée à travers la multiplication des supports numériques. (Schellner, JM, 2014).

**Keywords:** Radio, numérique, perceptions, auditeurs, usages

### 1. Introduction

Le paysage radiophonique au Maroc a connu des évolutions significatives au cours des dix dernières années. D'après les données de l'audience radiophonique du Centre Interprofessionnel de la Mesure d'Audience radio (CIRAD), le volume d'audience marocaine de la radio se maintient marquant un fort engouement avec une pénétration de 52% en moyenne grâce à une augmentation considérable du nombre des stations de radio qui offrent aux auditeurs une plus grande diversité de choix. De plus, les radios privées ont gagné en popularité et en influence, et ont permis une plus grande liberté d'expression tout en apportant une concurrence saine dans le paysage radiophonique marocain. Les radios thématiques ont aussi gagné en popularité avec des programmes axés sur des genres spécifiques de musique, des émissions culturelles, des débats politiques, des programmes sportifs, etc. De plus, la numérisation de la radio met à la disposition de ses auditeurs une plus grande diversité de contenus. Grâce au numérique, les auditeurs ont désormais accès à une immense variété de contenus audio provenant du monde entier. Les plateformes de streaming, les podcasts et les services de la radio en ligne offrent un éventail de choix pratiquement illimité permettant aux auditeurs d'explorer différents genres musicaux, émissions de radio et podcasts spécialisés. Cela a considérablement élargi les horizons auditifs des auditeurs en leur permettant de découvrir de nouvelles voix, de nouvelles musiques et de nouvelles perspectives. Cette évolution numérique impose de nouveaux changements des perceptions et des habitudes d'écoute qui feront l'objet du présent article et seront analysés à partir d'une étude quantitative et qualitative qui couvre un échantillon de

500 auditeurs des différentes radios marocaines en plus des entretiens-semi directifs avec 20 participants.

## 2. Problématique et méthodologie de recherche

L'évolution exponentielle de la technologie a changé la perception des auditeurs marocains vis-à-vis de la radio. A cet effet, le concept de la radio s'est attribué de nouvelles caractéristiques à l'ère du numérique (Bourgeois, 2008). La radio offre des contenus adaptés aux besoins de l'audience et aux moyens technologiques choisis. Cette évolution technologique a remodelé le rapport entre la radio et les auditeurs. C'est dans cette optique que la présente étude cherche à analyser l'apport du numérique dans le changement des perceptions de l'écoute radiophonique chez les auditeurs marocains. Afin de traiter cette problématique, une méthode mixte de recherche est adoptée afin de mettre en exergue les perceptions des auditeurs. La méthode de recherche quantitative à travers l'administration d'un questionnaire destiné aux auditeurs des différentes radios marocaines vise à élucider les habitudes ainsi que les perceptions de ces auditeurs à l'égard de la radio numérique. Cette étude quantitative est complétée par un volet qualitatif à travers des entretiens semi-directifs avec 20 participants. L'objectif de notre étude est de mettre la lumière sur les changements provoqués par la technologie sur les pratiques d'écoute de la radio au Maroc.

Cette problématique conduit à deux questions de recherche :

- Quels sont les usages des auditeurs radiophoniques Marocain suscités par la technologie numérique ?
- Comment le numérique transforme les habitudes d'écoute radiophonique au Maroc ?

## 3. Les objectifs de l'étude

L'objectif général de notre étude est de déterminer les usages des auditeurs radiophoniques marocains au prisme de l'avènement technologique et de mettre en lumière l'impact de l'apport technologique sur les habitudes et les perceptions de l'écoute de la radio au Maroc. Cette enquête se décline en des objectifs plus spécifiques :

1. Déterminer les modes d'accès et/ou de présence de la radio sur Internet
2. Identifier les motivations des usages suscités par l'écoute via les canaux numériques
3. Formuler l'apport de l'écoute radiophonique par un canal numérique
4. Identifier les types des supports les plus utilisées pour l'écoute radiophonique
5. Suggérer des perspectives pour augmenter la présence des radios sur le numérique.

## 4. Le cadre théorique

### 4.1 Rétrospective sur l'avènement de la radio au Maroc.

Le paysage radiophonique au Maroc a connu des évolutions significatives au cours des dix dernières années. Le nombre des stations de radio a considérablement augmenté offrant aux auditeurs une plus grande diversité de choix. De plus, les radios privées ont gagné en popularité et en influence et ont permis une plus grande liberté d'expression tout en apportant une concurrence saine dans le paysage radiophonique marocain. Les radios thématiques ont aussi gagné en popularité avec des programmes axés sur des genres spécifiques de musique, des émissions culturelles, des débats politiques, des programmes sportifs, etc. Ces stations attirent des auditeurs ayant des intérêts spécifiques.

Dans ce contexte d'évolution, La radio numérique a également commencé à gagner du terrain au Maroc au cours des dernières années. Elle offre une meilleure qualité sonore et plus de choix de stations aux auditeurs. La Radio Marocaine voit le jour en 1928. Elle est placée sous la tutelle de l'Office Chérifien des Postes et Télécommunications. Quant à la télévision, elle est apparue bien des années plus tard, en 1962, et Radio Maroc devient alors Radio Télévision Marocaine (RTM). Le dahir du 19 janvier 1962 a permis la création de la RTM qui précise qu'elle est rattachée au département de l'information (Codinach Fossas, 2007) <sup>[29]</sup>. Le secteur audiovisuel a depuis longtemps été assimilé au secteur public. Un lien très fort unissait l'audiovisuel et le pouvoir politique. Au Maroc, le rapport organique entre l'État et les activités de l'audiovisuel était la règle jusqu'aux années 2000 (Codinach Fossas, 2007) <sup>[29]</sup>. En effet, que ça soit sous l'autorité du protectorat français ou après l'indépendance du Maroc le secteur audiovisuel a toujours été sous le régime monopolistique du pouvoir en place. Dès le début des années 2000, le Maroc a fait le choix de libéraliser les ondes radios, alors que dans la plupart des pays arabes elles demeuraient un monopole d'état (Hidaas, 2007) <sup>[30]</sup>. Cette décision témoigne de la place qu'occupe la radio dans le paysage médiatique marocain.

En effet, l'engouement des marocains pour ce média se justifie par de nombreux facteurs favorables. Tout d'abord si « l'audience limitée de la presse écrite fait de la radio et de la télévision les premiers médias au Maroc » (Hidaas, 1999) <sup>[31]</sup> comparée à cette dernière, elle reste le seul média à couvrir intégralement le pays avec une forte pénétration. De plus, l'analphabétisme d'un tiers de la population (Haut-Commissariat au Plan, 2014), le niveau de vie bas mais aussi la culture de la transmission orale ont contribué à sa popularité (Radio Métrie Maroc, 2018).

Paradoxalement, ce média, pourtant le plus suivi (car techniquement et économiquement accessible), fait figure de « parent pauvre des études de communication » (Ollivier, 2007) et « on ne peut pas dire que l'analyse de la radiophonie passionne grand monde » (Damome, 2006) <sup>[32]</sup>. Depuis la libéralisation des ondes, les radios privées se veulent au plus près des préoccupations, des attentes et des besoins de leurs auditeurs : elles ont, par là même, transformé l'espace de la radio en proposant de nouveaux formats et genres d'émissions. Durant ces douze dernières années, l'offre radiophonique s'est vue élargie. Dans le même contexte, malgré l'abondance de l'objet de recherche et le développement de l'écoute du média « 40% des marocains accordent deux heures et demi d'écoute quotidienne » (Radiométrie Maroc 2018) <sup>[25]</sup>, les recherches académiques font défaut surtout concernant le public et son rapport à la radio car « l'étude des publics et de la réception sont des thèmes classiques et pourtant ils font aujourd'hui défaut en Afrique » (Damome, 2006) <sup>[32]</sup>.

Pourtant, une étude de l'audience radiophonique de Radiométrie Maroc a été initiée par le Centre Interprofessionnel de la Mesure d'Audience Radio, (CIRAD). Ce qui prouve par son existence le besoin et l'intérêt accordés à ce genre d'investigation. Mais, il est reproché à Radio Métrie de ne pas tenir compte de certaines variables dans l'interrogation des publics, ce qui aboutit à des résultats qui restent incomplets. D'ailleurs certaines radios ne participent pas à ces études en invoquant le manque de pertinence de ces études. Cependant, Radio

Métrie Maroc communique chaque trimestre un rapport au sujet de l'audience des radios marocaines à travers des données majoritairement quantitatives. Elle s'intéresse au taux d'écoute en semaine comparé à celui en week-end, au temps d'écoute moyen par jour, aux créneaux horaires de la journée qui mobilisent l'écoute la plus importante, au nombre de stations radiophoniques écoutées et à d'autres résultats liés au secteur radiophonique ou aux radios de manière générale. Ces données quantitatives de l'audience peuvent apporter des précisions plus claires sur l'usage fait de la radio et à travers l'analyse des perceptions des auditeurs marocains guidée par la théorie des usages et des gratifications.

#### 4.2 La théorie des usages et des gratifications

Cette présente étude s'inspire de la théorie des « uses and gratification » qui relève du champ de la réception et qui cherche à comprendre comment les individus utilisent et interprètent (ou décodent) les messages médiatiques en fonction de leurs besoins, de leurs expériences et de leur contexte social et culturel. La naissance de la réception se produit « le moment où les significations d'un texte sont constituées par les membres d'un public » (Dayan, 1992, p.15) [7].

Maigret (2015, p. 180), quant à lui, souligne l'origine de la notion de la réception et son rôle en tant que point de rencontre des questionnements sur les publics. Il suggère ainsi que : « La notion de réception, issue du vocabulaire technique mais détachée de ses connotations cybernétiques et behavioristes, est le carrefour de toutes les interrogations sur les publics... ». Cette définition souligne que l'étude de la réception est l'étude des publics après s'être dégagée de son acception technique. Dans le même sens, Pasquier (1994) [24] aborde l'idée de point de rencontre entre le lecteur et le texte et place cette relation au cœur des théories de la réception. Le fondement de la réception selon l'auteur, se conçoit à travers l'existence des publics et la formation de l'identité de ces derniers. Cécile Méadel (2009) [22] quant à elle propose une définition de ce qu'est la réception à travers les questions qu'elle suscite. La réception existe dans tout type de communication et provoque les questions suivantes : « qui consomme quoi et comment? Qui influence qui ? Pour quels effets ? » (Méadel, 2009, p. 9) [22]. L'ensemble des questions que suscite la réception ont toutes un point commun et se rejoignent sur la définition du public et le type de relation qu'il entretient avec les contenus de communication. Le même auteur précise que la question de la réception s'étend et s'applique à toute activité qui présume d'un public (littérature, spectacle, théâtre, cinéma. La définition même de la réception est traitée à travers la question du public. Les deux provoquent les mêmes interrogations. De ce fait, la question de la réception est associée à l'existence d'un public. On ne peut évoquer la réception sans évoquer son public, qui est à son origine. « La réception est l'activité du public : elle est ce qui lui donne sens. » (Séguir, 2017, p.1) [27]. Par conséquent, toute théorie qui interroge la question du public appartient au champ des études de la réception.

#### 4.3 Les fonctions de la radio

Les chercheurs ont identifié un certain nombre de fonctions sociales de la communication de masse. Lasswell (1948) est le premier à avoir défini les fonctions des médias quant à la communication. Selon lui, les médias remplissaient les

fonctions de surveillance, de corrélation, de divertissement et de transmission culturelle pour la société dans son ensemble ainsi que pour les individus et les sous-groupes de la société.

##### 4.3.1 La radio comme un vecteur social.

Les médias sont étudiés comme un moyen de socialisation. Ce sont des systèmes et des dispositifs qui revêtent la capacité de mise en relation d'individus éloignés géographiquement et temporellement à travers leurs contenus (Chupin, Hubé, Kaciaf, 2012) [3]. C'est dans ce sens que la radio répond au besoin de socialisation des auditeurs et remplit une fonction de socialisation qui est abordée par une des participantes à notre enquête par entretien qui souligne qu'« écouter la radio surtout les émissions d'actualité et de débats me fournissent des sujets de discussion (Damome EL, 2019) [6]. Combien de fois les informations passées à la radio ont alimenté mes discussions au travail, avec mes amis et des fois avec les membres de ma famille. Il est vrai qu'au début, j'écoutais la radio pour être au courant de l'actualité et enrichir ma culture générale pour ne pas être à la traine... » Hind, Ingénieur, 35 ans, Agadir. De ce fait, la radio revêt le rôle de catalyseur de relations sociales. Ecouter la radio permet aux auditeurs d'échanger, de converser, d'établir des liens et de se retrouver autour d'émissions radiophoniques. Ainsi, la radio développe le lien social et le maintient.

##### 4.3.2 La radio est liée à l'identité des auditeurs (L'identité des auditeurs vecteurs d'un usage radiophonique ou l'écoute radiophonique un vecteur identitaire).

Glevarc (2017) souligne que la radio répond au besoin d'identité et la radio se conçoit comme le reflet de leur identité. Leur choix et leurs préférences représentent la vitrine de leur singularité quant à l'usage du média sonore. Cette identité est décrite par le même auteur par fonction d'identification fournie par la radio désigne la relation d'appartenance et de reconnaissance qui se nouent entre la radio et le jeune public. Dans ce contexte ces libres antennes réussissent les communautés d'appartenance et de centres d'intérêt partagés qui constituent des pôles d'identification qui unissent les jeunes auditeurs dans des affiliations de groupe qui sont particulièrement recherchées. (Esquenazi J, 2009) [9].

##### 4.3.3 La radio assure une fonction de divertissement.

Wright (1960) ajoute le divertissement comme quatrième activité et évalue les fonctions et les dysfonctionnements manifestes et latents des médias lorsqu'ils effectuent la surveillance, la corrélation, la transmission et le divertissement. Cette fonction de divertissement renvoie souvent à la fonction de découverte et la fonction de programmation comme souligné par Hervé Glevarc (2014) [12] dans son article. La fonction de découverte réside dans la source de nouveautés musicales que fournissent les radios musicales et la seconde recouvre l'offre gratuite d'un contenu musical aux auditeurs qui s'intéressent aux flux des titres pour les mettre à l'écoute. Pour illustrer les propos de l'auteur, le tableau suivant montre que les programmes de divertissement occupent une part importante du temps alloué par les auditeurs à la radio. Cette tendance est aussi confirmée par les résultats de notre questionnaire et nos entretiens.

**Table 1:** Volumes des programmes selon la fonction (du 1.10.1985 au 31.03.1986)

Nature des programmes	Temps total en mn	Part dans la programmation
Émissions d'information	282	10,45 %
Émissions éducatives	291	10,78 %
Émissions culturelles	280	10,37 %
Émissions religieuses	–	–
Émissions de divertissement	1846	68,40 %
Publicité	–	–

## 5. Contexte de l'étude

L'évolution rapide des technologies numériques a transformé les perceptions de l'audience marocaine à l'égard des médias de masse. Dans cette optique, l'ère de la numérisation contribue aux changements dictés par la convergence des médias de masse avec les outils numériques. Cette convergence a fait surgir de nouveaux concepts à savoir la synchronicité, l'interaction et l'instantanéité. Il est à noter que la naissance d'une nouvelle technologie peut être considérée comme une menace dans le secteur des médias classiques en l'occurrence la télévision. Néanmoins, la radio garde toujours sa capacité d'impact sur les masses. En tant qu'outil de communication, elle arrive à répondre aux exigences constantes du public en raison de sa nature dynamique. Grâce à cette fonction, la zone d'influence de la radio s'est élargie à l'aide de nouvelles techniques de diffusion facilitées par la technologie (Glevarec, 2017) <sup>[13]</sup>.

## 6. Les changements provoqués par la radio numérique sur les perceptions des auditeurs marocains

L'introduction des radios portatives et les postes radio automobile (miniaturisation du poste radio) ont marqué la première transformation de l'écoute radiophonique. La territorialité, la temporalité et l'aspect social du média sonore ont évolué au prisme de ces inventions techniques (Glevarec, 2017) <sup>[13]</sup>. De nouvelles typologies d'écoute voient le jour marquant l'évolution des rapports de l'auditeur au média radio et l'apparition de nouvelles pratiques (Jouët, 1979) <sup>[17]</sup>. D'une écoute collective (Lumeng, Yu, 2005) à une écoute individuelle d'une écoute statique à une écoute mobile (Hamani, 2022) <sup>[14]</sup>. Ce nouveau type d'écoute accompagne l'avènement des baladeurs dans un premier temps et se renforce par la suite avec internet. Aussi, la multiplicité des modes de réception de la radio (Smartphone, télévision, ordinateur, tablette) rendu possible par sa numérisation lui confère une dimension d'ubiquité à condition de disposer d'une connexion internet. Cependant, la radio préserve sa particularité de média d'instantanéité. C'est dans ce sens que Glevarec (2017) <sup>[13]</sup>, souligne l'impact de l'environnement technologique sur l'écoute de la radio. L'auteur précise que cet impact sur le média sonore se cristallise à travers « sa forme et ses fonctions ». Pour l'auteur, la forme correspond au matériel ou à l'objet qui représente la radio jusqu'à aujourd'hui : « Le poste radio ». Dans l'imaginaire du public, la radio est synonyme du poste radio transistor, invention qui date de 1947 ayant favorisé l'essor des postes radio.

## 7. Analyse des résultats

Les données analysées dans la présente étude proviennent d'un questionnaire-sondage effectué auprès des auditeurs marocains. L'échantillon est constitué de 500 participants dont 186 auditeurs et 314 auditrices. L'enquête est enrichie par une étude qualitative à travers 20 entretiens semi-directifs. Le questionnaire est constitué de 4 axes qui comptent 10 questions.

### 7.1 Le premier axe: Evolution de l'écoute de la radio au Maroc.

Depuis le début de la mesure de l'audience radiophonique marocaine en 2012, le Maroc dispose des données chiffrées sur l'écoute radiophonique. Le cabinet Angle Large (Lamrani Amine, 2022) <sup>[18]</sup> procède à une analyse des indicateurs publiés par Radiométrie depuis ses débuts. En 2012 radiométrie, révèle une pénétration du média sonore de 61 % de la population de 11 ans et plus. Cependant, au premier trimestre de 2022 l'audience radiophonique marocaine accuse un recul de 9 points avec 52% des marocains de 11 ans et plus en moyenne qui se retrouvent chaque jour sur les ondes radiophoniques. Cependant, Radiométrie révèle que l'écoute radiophonique se répartie sur toute la journée et les auditeurs diversifient leur choix d'écoute avec une moyenne de 2,3 stations écoutées. La durée d'écoute par semaine et en week-end s'est améliorée en 2015 depuis le début de l'année. Aussi, l'écoute en semaine est passée de 2,42 heures à 2,49 et en week-end elle est passée de 2,31 à 2,47. Cette tendance à la hausse du temps consacré à l'écoute de la radio est confirmée puisqu'au dernier trimestre de 2022 la moyenne d'écoute est passée à 2,54 heures et au premier trimestre de 2023 est de 2,54 heures. Cette amélioration est favorisée par la généralisation des supports mobiles puisqu'un auditeur sur cinq écoute la radio sur des supports numériques. Notre enquête révèle que les auditeurs ont recours à plusieurs supports. Le poste radio de la voiture est le support le plus utilisé (14,80%). La majorité de nos interviewés nous confient qu'ils écoutent la radio sur le trajet du travail ou sur le trajet de l'école. Un interviewé nous confie à ce propos que « le trajet pour aller au travail est l'occasion pour moi d'écouter la radio, c'est le seul moment où je suis en contact avec la radio, en plus je n'ai pas les enfants avec moi et je peux mettre la radio qui me plaît » Aziz, 46 ans, Cadre, Agadir. Dans la même étude, le Smartphone est le deuxième support le plus utilisé par les auditeurs (12,83%) pour l'écoute de la radio. Le Smartphone permet aux auditeurs de continuer leur écoute commencée via un support classique (poste radio) au moment de quitter leur domicile ou au moment de quitter la voiture mais également à la maison. Les propos de Samia, femme au foyer, 47 ans nous confient à ce sujet : « le Smartphone me permet de continuer l'écoute de mon émission matinale pendant que je fais ma marche à la plage ». Un autre interviewé, Amir, contrôleur de gestion 31 ans de Casablanca nous révèle : « quand je quitte ma voiture et que j'étais en train d'écouter une émission qui m'intéresse, j'utilise mon Smartphone pour continuer l'émission, sinon j'utilise mon smartphone aussi pour réécouter certaines émissions en Podcasts, mais c'est très rare car je ne retrouve pas toutes les émissions ». Les propos recueillis lors de l'étude qualitative révèlent que l'usage du smartphone pour l'écoute de la radio est un point commun entre les participants dans cette enquête (Damome É, 2016) <sup>[4]</sup>. Dans ce sens, Nour, Cadre commerciale, 44 ans Agadir,

expose son usage du Smartphone pour l'écoute de la radio : « le Smartphone je l'utilise souvent pour écouter mes émissions favorites, à la maison, au Travail aussi quand j'en ai l'occasion, il me permet aussi de réécouter certaines émissions disponibles en Podcasts, ce que je trouve dommage c'est que toutes les radios ne mettent pas leurs programmes en Podcasts ». Un autre interviewé souligne que « le Smartphone est toujours à portée de main et comme il permet d'écouter la radio je ne m'en prive pas. » Ahmed, 28 ans, cadre, Agadir. En somme, la portabilité et la mobilité que permet le Smartphone augmente l'instantanéité de la radio et transforme la temporalité et les lieux d'écoute. (Laor T, 2022) <sup>[19]</sup>. Sa praticité et son omni-disponibilité à portée de main renforce son usage comme canal de choix pour les auditeurs marocains. L'augmentation de la couverture internet au Maroc et l'équipement en Smartphone impacte l'écoute de la radio tout en renforçant la pénétration du média.

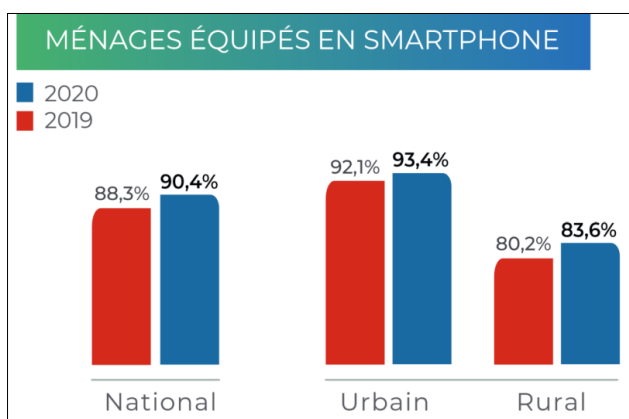


Fig 1: L'équipement en Smartphone des ménages marocains 2019-2020

Les motivations quant à son usage sont de deux types : un usage lié à l'écoute en différé afin de finaliser l'écoute débutée via un canal classique et accéder de manière instantanée au média sonore.

Table 2: Les supports utilisés pour l'écoute de la radio

Les moyens d'écoute de la radio	NBR.	Frèq.
Le poste radio de la voiture	90	14,80%
Un poste de radio classique	49	8,06%
Un ordinateur	12	1,97%
Une tablette	0	0,00%
Un Smartphone	78	12,83%

Nous remarquons que le smartphone est en deuxième position après le poste radio de la voiture comme moyen d'écoute.

## 7.2 Le deuxième axe: Audience et l'écoute radiophonique

Avec l'émergence d'autres médias tels que la télévision et les plateformes de streaming en ligne, l'écoute radiophonique a connu des changements qui affectent le mode d'écoute. Une migration de l'audience radiophonique du midi et du soir s'est opérée en faveur d'une écoute matinale. L'arrivée de la télévision dans les années soixante dans la sphère familiale a détrôné l'écoute radiophonique du soir et du midi, aussi « l'écoute domestique de la radio n'est plus qu'un souvenir ». Actuellement, l'audience radiophonique est

placée sur l'écoute matinale. Cependant notre enquête montre l'éclatement de l'écoute radiophonique sur la journée comme le montre le tableau suivant

Table 3: Les horaires d'écoute radiophonique marocaines au long de la journée

Horaire d'écoute	NBR.	Frèq.
Avant 5 heures du matin	0	0,00%
Entre 5 heures et 7 heures	29	4,22%
Entre 7 heures et 9 heures	53	7,70%
Entre 9 heures et 12 heures	61	8,87%
Entre 12 heures et 14 heures	38	5,52%
Entre 14 heures et 16 heures	12	1,74%
Entre 16 heures et 18 heures	29	4,22%
Entre 18 heures et 20 heures	38	5,52%
Entre 20 heures et 22 heures	32	4,65%
Après 22 heures	25	3,63%

La tendance va dans le sens d'une harmonisation des plages horaires d'écoute avec une écoute légèrement forte sur le créneau matinale de 7h00 à 12h00. Selon le cabinet Angle Large (Lamrani Amine, 2022) <sup>[18]</sup>, la richesse de l'offre radiophonique et son adéquation aux besoins des publics impactent les audiences.

Table 4: Les modes d'écoute

Mode d'écoute	NBR.	Frèq.
En direct	110	22,00%
En différé	19	3,80%

### 7.2.1 L'écoute directe et synchrone

L'écoute en direct de la radio fait référence au fait d'écouter les émissions radiophoniques au moment même où elles sont diffusées. Cela signifie que les auditeurs se branchent sur une station de radio et écoutent les programmes en temps réel sans aucun délai. L'écoute en direct offre une expérience immédiate et en temps réel. Les auditeurs peuvent écouter les émissions, l'actualité, les débats, les émissions musicales et tout autre contenu radiophonique au moment où ils sont diffusés. Cela crée un sentiment de proximité avec les animateurs, les invités et les autres auditeurs qui partagent le même moment d'écoute. Dans ce sens un de nos interviewés nous révèle « quand j'écoute un débat à la radio, j'ai l'impression d'y être présent » Fatima, 60 ans, Gérante, Agadir.

Avec les avancées technologiques, l'écoute en direct de la radio n'est plus limitée aux radios traditionnelles. Les auditeurs peuvent également écouter en direct des stations de radio en ligne via des sites web, des applications mobiles ou des plateformes de streaming audio. Cela offre plus de flexibilité aux auditeurs, leur permettant d'écouter leurs émissions préférées en direct où qu'ils soient, tant qu'ils ont accès à une connexion Internet. L'écoute en direct de la radio peut offrir des avantages tels que la possibilité de suivre les actualités en temps réel, de participer à des émissions interactives, d'écouter des programmes spéciaux ou des événements en direct et de ressentir un sentiment de présence et de partage avec la communauté d'auditeurs.

L'écoute en direct de la radio permet d'écouter les émissions radiophoniques au moment exact où elles sont diffusées offrant une expérience immédiate interactive et en temps réel.

### 7.2.2 L'écoute différée et asynchrone

L'écoute en différé de la radio fait référence à la capacité d'enregistrer des émissions radiophoniques pour les écouter ultérieurement, à un moment qui convient mieux à l'auditeur. Cette pratique permet aux auditeurs de profiter de leur contenu radio préféré sans être limités par les horaires de diffusion en direct. Il existe différentes façons de réaliser l'écoute en différé de la radio. Certaines stations de radio proposent des services de podcast où les auditeurs peuvent télécharger des épisodes ou des émissions spécifiques pour les écouter plus tard. De plus, il existe également des enregistreurs numériques ou des logiciels d'enregistrement qui permettent aux auditeurs d'enregistrer des émissions radio en direct pour une écoute ultérieure.

La popularité croissante des applications de streaming radio permet également aux auditeurs de revenir en arrière et de réécouter des émissions qui ont été diffusées précédemment. Ces applications enregistrent généralement une certaine période de diffusion en continu, ce qui permet aux auditeurs de remonter dans le temps et d'écouter les émissions qu'ils ont manquées. Un des participants dans cette étude affirme qu'« avec le différé j'écoute la radio quand je veux et grâce au différé j'écoute aussi des podcasts de radios étrangères », Alaa, 34 ans, Conseillère bancaire, Casablanca. L'écoute en différé de la radio offre plusieurs avantages aux auditeurs. Le différé leur permet d'écouter leurs émissions préférées à leur propre rythme, qu'il s'agisse de les écouter pendant les trajets, les pauses déjeuner ou à n'importe quel autre moment qui leur convient. Cela leur donne également la possibilité de sauter les publicités ou les segments moins intéressants, et de se concentrer sur le contenu qui les intéresse le plus. « Je cible les émissions qui m'intéressent, je ne rate pas les émissions qui m'intéressent et je gagne du temps ce qui ne gâche rien » Amina, 51 ans, Responsable ressources humaines, Casablanca.

En conclusion, l'écoute en différé de la radio permet aux auditeurs d'enregistrer et de réécouter des émissions radiophoniques à leur propre convenance et rythme. Que ce soit grâce aux services de podcast, aux enregistreurs numériques ou aux applications de streaming radio, cette pratique donne aux auditeurs plus de flexibilité pour profiter de leur contenu radio préféré et libère des contraintes du direct

### 7.3 Les usages et les motivations d'écoute

Dans la présente étude, le rapport qui s'installe entre la radio et l'auditeur peut se cristalliser à travers les usages et les motivations d'écoute (Frédéric A, 2016) <sup>[11]</sup>. L'usage de la radio est une pratique très typée. La musique revêt un rôle important sur les ondes radiophoniques. La radio, par la musique qui marque sa singularité, est un média qui a la capacité de réunir plusieurs générations (Glevarec, 2017) <sup>[13]</sup>. Le tableau ci-après illustre l'engouement des auditeurs pour la programmation musicale diffusée à travers la radio d'après notre enquête. Nous avons précédemment souligné que la programmation de divertissement dont la musique fait partie occupe une place privilégiée dans le secteur audiovisuel Nord-Africain. Les résultats de notre étude abondent dans ce sens. Aussi Zahra, Entrepreneur, 28 ans,

Agadir nous confie : « j'écoute la musique exclusivement à la radio car ça m'évite de faire moi-même une Play List, la radio le fait à ma place et je ne suis jamais déçue, soit je réécoute des chansons que je connais déjà ou je fais de nouvelles découvertes quelquefois j'avoue que la radio me fait découvrir de nouvelles chansons et c'est toujours de bonnes surprises ».

**Table 5:** Les motifs d'écoute de la radio (2021)

Les programmes par type	Motifs importants d'écoute de la radio
Emissions débat	92
Le journal d'informations (l'actualité)	80
Reportage/magazine.	51
Les interviews (avec invités).	64
Séries radiophoniques	11
Emissions religieuses	61
Emissions musicales	66
Emissions culturelles	71
Emissions sportives	30

### 7.4 Les transformations de l'écoute forcée par le numérique

L'étude qualitative menée par le biais des entretiens semi-directifs révèle plusieurs résultats. Dans ce contexte, une interviewée nous a confié que « quand on me parle de la radio j'imagine le poste radio, je n'arrive pas à imaginer la radio autrement malgré sa présence sur internet » Nour, 45 ans, Cadre Commerciale, Agadir. L'objet technique « récepteur radio » représente le média radio dans l'imaginaire de certains auditeurs. Par ailleurs, d'autres auditeurs associent « la radio » au poste radio de leurs parents « quand on me parle de la radio j'imagine la radio de ma maman », nous confie Lamia, 29 ans, chargée de communication, Casablanca, qui s'empresse de nous envoyer la photo du poste radio dont elle nous parle.



**Fig 2:** Représentation de Poste de radio chez les auditeurs

A l'origine, la radio est une invention technique, sa signification a ses débuts n'était pas liée à son rôle de média. Au fil des transformations son usage classique a évolué vers un usage actuel qui acquiert une fonction médiatique. Dans ce sens, les nouveaux supports de la communication numérique accompagnent l'écoute radiophonique malgré les changements socio-culturels. Ainsi, la diffusion en direct de la radio était associée à la technologie hertzienne. L'avènement des nouveaux acteurs et de nouvelles pratiques apportent des changements sur le paysage radiophonique et les types d'écoute. A cet effet, l'écoute en direct de la radio était traditionnellement associée aux ondes hertziennes. Le direct était une spécificité du média radio facilitée par la technologie

hertzienne et écouté sur un poste radio. L'univers radiophonique semble connaître des mutations profondes qui bouleversent le paysage de la radio.

## 8. Conclusion

Le numérique a permis d'étendre la portée de la radio et de transformer les perceptions des auditeurs marocains via le numérique. Les nouvelles perspectives dictées par ces perceptions permettent une reconfiguration de l'audience marocaine à travers le numérique en prenant en considération de la variabilité des différentes catégories d'auditeurs et des contenus médiatiques. Ce nouveau contexte numérique permet aux auditeurs marocains de rester informés sur l'actualité nationale et internationale et de percevoir la radio numérique comme une source fiable et rapide d'informations. Ils peuvent ainsi apprécier la possibilité d'accéder aux bulletins d'information en direct, des interviews et des débats sur des sujets d'actualité pertinents sans contrainte de lieu ni de temps. L'analyse quantitative et qualitative des résultats obtenus fait surgir une fragmentation de l'audience et une personnalisation des contenus qui attribuent à la radio différentes fonctions à l'ère de la numérisation. (Webster, J. G. & Ksiazek, T. B., 2012).

## 9. References

- Bourgeois, Isabelle (DIR.). Les médias à l'ère du numérique: Réflexions franco-allemandes pour l'Europe ; c2008.
- Codinach Fossas M. La Haute autorité de la communication audiovisuelle au Maroc, Univ Européenne ; c2011. p. 213.
- Chupin I, Hubé N, Kaciaf N. Histoire politique et économique des médias en France. La Découverte; c2012. <https://doi.org/10.3917/dec.chupi.2012.01>
- Damome, É. (2016). Pratiques radiophoniques et dynamiques communautaires des jeunes à l'ère du numérique: Réseaux, n° 194(6), 229-263.
- Damome EL. Le développement des recherches sur la radio en Afrique. Recherches en Communication; c2006. p. 26.
- Damome E. Revisiter la notion de communauté médiatique à partir de l'exemple des collectifs d'auditeurs engagés en Afrique subsaharienne. Revue française des sciences de l'information et de la communication. 2019;16:Article16. <https://doi.org/10.4000/rfsic.5915>
- Dayan D. Les mystères de la réception. Le Débat. 1992;71(4):141-157. <https://doi.org/10.3917/deba.071.0141>
- Denzin NK, Cruz J, Lewis J. Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception. Social Forces. 1998;76(3):1164
- Esquenazi J. Sociologie des publics. La Découverte; c2009. p. 128
- Flichy Patrice Technologies fin de siècle : l'Internet et la radio. In: Réseaux, Volume 18, n°100, Communiquer à l'ère des réseaux; c2000. p. 249-271.
- Frédéric A. Analyse la radio : Méthodes et mise en pratique. Deboeck supérieur ; c2016.
- Glevarec H. Le propre de la radio. Fonctions radiophoniques et nouveau statut de la radio dans l'environnement numérique. Le Temps des médias. 2014;22:123-133.
- Glevarec H. « Ma radio ». Attachement et engagement Paris, INA Éd., coll. Études et controverses; c2017. p. 122
- Hamani I. Pratiques radiophoniques en mobilité en Afrique subsaharienne : Les usages du poste transistor et du téléphone mobile au Niger. Radio Morphoses ; c2022. p. 7. <https://doi.org/10.4000/radiomorphoses.1942>
- Hidass A. La radio et la télévision au Maroc. Communication. Information médias théories pratiques. 1999;19/1:Article
- Hidass A. La régulation des médias audiovisuels au Maroc. L'Année du Maghreb, II, Article II ; c2007.
- Jouët Josiane. Critique de l'utilisation des media légers dans le Tiers Monde. In: Tiers-Monde, tome 20, n°79, Audio-visuel et développement, sous la direction de Yvonne Mignot-Lefebvre; c2007. p. 549-562.
- Lamrani Amine, I., (2022) Radios : Analyse de 10 ans d'audiences et de transformations du marché. Consulté 11 Avril ; c2023, disponible sur <https://lematin.ma/express/2022/performance-radios-analyse-dix-annees-dauidiences-transformations-marche/377954.html>
- Laor T. Radio on demand : New habits of consuming radio content. Global Media and Communication. 2022;18(1):2548. <https://doi.org/10.1177/17427665211073868>
- Lumeng, (Jenny) Yu. The Great Communicator : How FDR's Radio Speeches Shaped American History. The History Teacher. 2005;39(1):89. <https://doi.org/10.2307/30036746>
- Maïgret E. Sociologie de la communication et des médias (3e édition). Armand Colin ; c2015.
- Méadel, Cécile, La réception, CNRS Editions, Les essentiels d'Hermès, Paris; c2009. p.168
- Ollivier Bruno. Les sciences de la communication : Théories et acquis, Armand Collin; c2007.
- Pasquier D. Vingt ans de recherches sur la télévision : Une sociologie post lazarsfeldienne? Sociologie du travail. 1994 ;36(1):63-84. <https://doi.org/10.3406/sotra.1994.2157>
- Radiométrie Maroc: 14,432 millions d'auditeurs au 3ème trimestre de 2018. (S.D.). Quid.ma. Consulté 11 Juin 2023, à l'adresse <https://quid.ma/a-la-une/radiometrie-maroc--14,432-millions-d%E2%80%99auditeurs-au-3eme-trimestre-de-2018>
- Schellner JM. TV Audience Fragmentation : Measurement, Causes, and Economic Consequences. City University of New York.
- Séguir, Céline. Réception. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 05 Septembre 2017. Accès: <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/reception/>.
- Webster JG, Ksiazek TB. The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. Journal of Communication. 2012;62(1):39-56.
- Griño R, Cardoner R, Costa-Castelló R, Fossas E. Digital repetitive control of a three-phase four-wire shunt active filter. IEEE Transactions on Industrial Electronics. 2007 Apr 16;54(3):1495-503.
- Adler SS, Afanasiev S, Aidala C, Ajitanand NN, Akiba Y, Al-Jamel A, *et al.* Centrality dependence of  $\pi^0$  and  $\eta$  production at large transverse momentum in s N N=

- 200 GeV d+ Au collisions. Physical review letters. 2007 Apr 24;98(17):172302.
31. Abele A, Adomeit J, Amsler C, Baker CA, Barnett BM, Batty CJ, *et al.* Evidence for a  $\pi\eta$ -P-wave in pp-annihilations at rest into  $\pi^0\pi^0\eta$ . Physics Letters B. 1999 Jan 28;446(3-4):349-55.
  32. Damome ÉL. Le développement des recherches sur la radio en Afrique. Recherches en Communication. 2006 Sep 1;26:81-92.