



RAPPORT FEEDBACK DES AUDITEURS

MAI 2016

«Les auteurs des abus doivent être punis pour éradiquer les tracasseries des hommes en arme à l'endroit de la population. Je suis une commerçante et au début nous avons tout fait pour collecter les vivres à donner aux policiers qui sécurisent le marché. Malgré ces efforts, les militaires se sont joints aux policiers pour imposer des taxes illégales au lieu de nous sécuriser. A mon avis, l'Etat doit s'occuper de ces éléments en arme. Après sensibilisations à leurs endroit, que les récalcitrants soient punis suivant la loi. La sécurité de la population et de leurs biens doit être garantie par l'Etat. Nous nous sommes sacrifiés, même arriver à leurs donner des pots de vin pour qu'ils fassent leur travail.»

Une auditrice, Kasai Oriental, à Mbuji Mayi, le 16 Mai 2016

Contact:

Carlotta Fassiotti

Coordonatrice DM&E Rd Congo
Search for Common Ground

Adresse : 104, Av. La Corniche, Q. Les Volcans/
Goma

Numéro de Téléphone : [+243 812853379](tel:+243812853379)

David-O. Keeka K.

Ass. DM&E | Suivi des medias
Search for Common Ground

Adresse : 24, Av. Tanganyika, Ibanda/ Bukavu

Numéro de Téléphone : [+243 817005842](tel:+243817005842)

Email : dokeeka@sfcg.org

1. Données générales

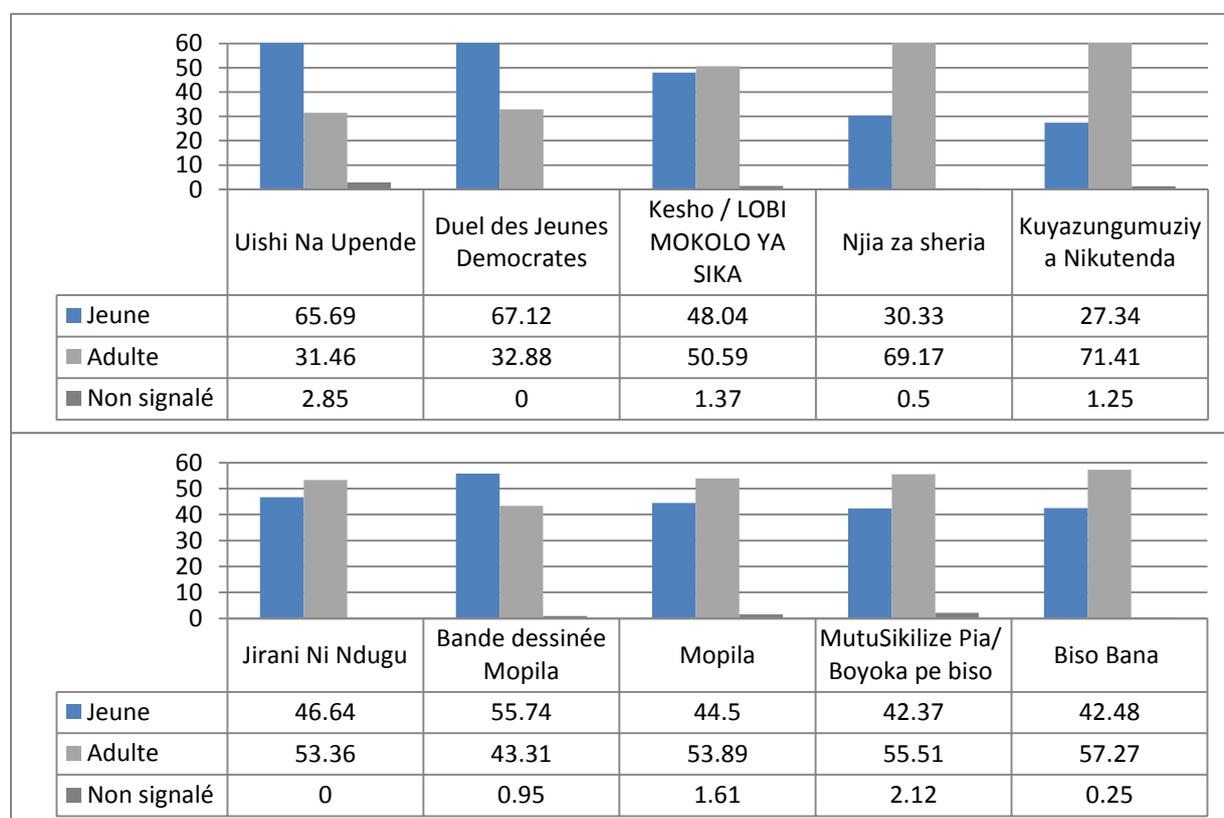
1.1 Statistiques

Durant le mois de mai 2016, 1352 réactions au total (bips, SMS, appels) ont été enregistrées. Parmi ces réactions, le service d'évaluation de SFCG a contacté au total 326 personnes via appels téléphoniques, lesquels ont répondu à différentes questions au sujet des émissions et productions de SFCG en RDC. Ce sont ces réactions qui font objet du présent rapport. À noter aussi que, pendant les trois derniers mois, le service de suivi des auditeurs a pu créer un répertoire de 2215 numéros (base de données des auditeurs ayant déjà dans le passé contacté SFCG), lesquels ont été informés de la reprise du feuilleton *Jirani ni ndugu*.

1.2 Profil des auditeurs ayant fourni un feedback

Profil des auditeurs ayant fourni un feedback par âge

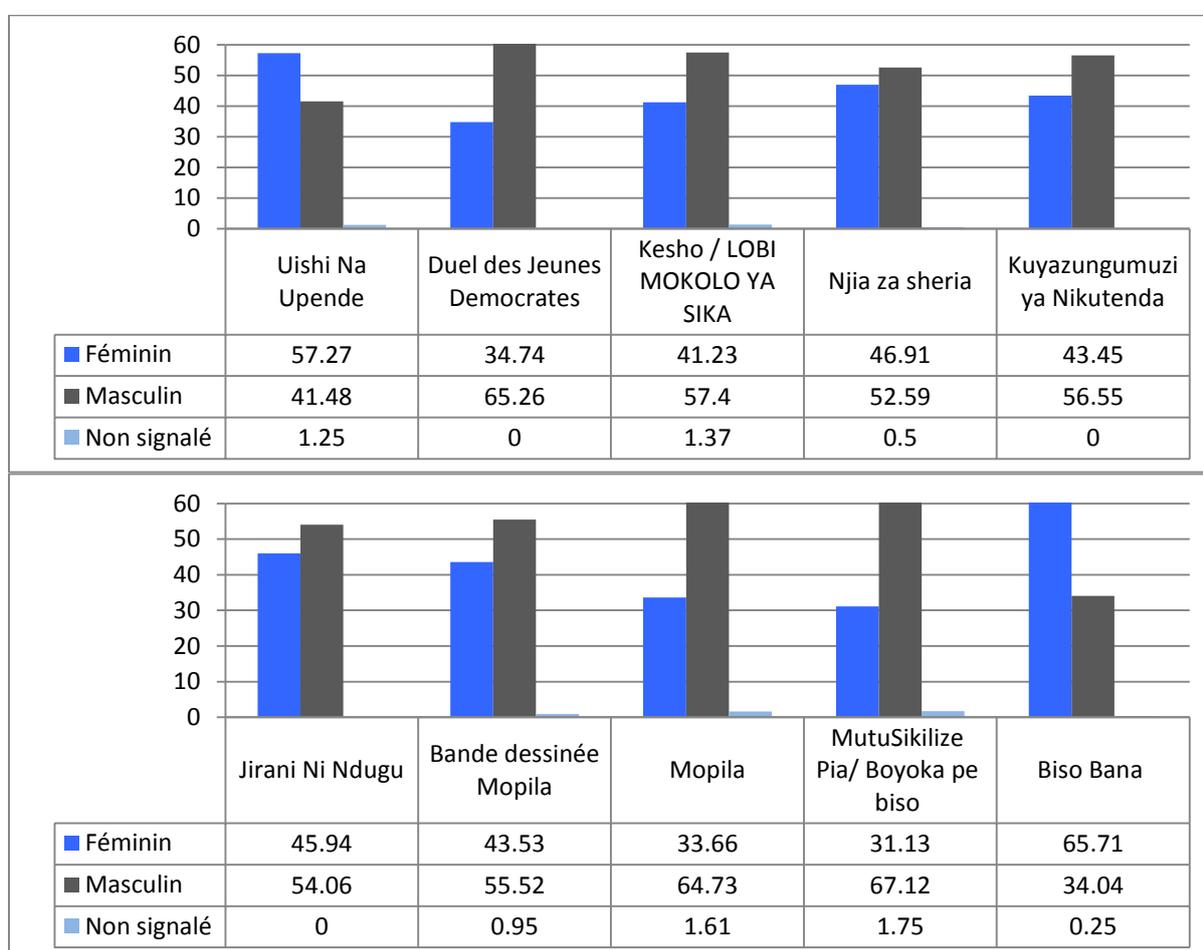
Globalement, ce sont les adultes qui ont le plus réagi aux émissions et productions durant le mois de mai 2016. Les adultes ayant contacté SFCG, sont pour la plupart des personnes victimes des conflits et qui apprécient les programmes médias de SFCG. En général les adultes, écoutent les différentes émissions dans le cadre de leur travail, alors que les jeunes déplorent le fait que certaines émissions soient diffusées pendant qu'ils sont à l'école et que les heures des rediffusions ne soient pas connues. Ces derniers demandent principalement de pouvoir participer aux émissions tournées dans leurs milieux et aussi une (ré)diffusion plus attentive aux horaires dont ils ont accès à la radio. Notons que le mois de mai est marqué par la préparation et la passation des examens de fin d'année scolaire et académique, ce qui peut justifier en partie le taux moins élevé des feedbacks des jeunes face aux productions de SFCG. Les graphiques ci-dessous portent sur les feedbacks des émissions suivant la répartition adulte (de 18 ans et plus) et jeunes (moins de 18 ans). Ces émissions sont rangées suivant les nombres de feedbacks réceptionnés du grand au plus petit nombre.



Ces graphiques résultent de la proportion adulte-jeune issus des réactions portant sur différentes émissions. Ces dernières sont classées de manière croissante suivant le nombre des réactions récoltées par production durant ce mois de mai 2016. Notons que l'émission *Duel des jeunes démocrates* est en tête avec 67,12% de jeunes, suivi de *Uishi na upende* 65,69% et du côté *Adulte*, *Kuyazungumuziya nikutenda* (71,41%), *Njia za sheria* (69,17%).

Profil des auditeurs ayant fourni un feedback par sexe

En général, ce sont les auditeurs de sexe masculin qui ont majoritairement réagi aux émissions, ils se sont beaucoup prononcés sur les émissions qui touchent la bonne gouvernance, la réforme du secteur de sécurité et la justice. Les auditeurs de sexe féminin réagissent pour soutenir l'implication de la femme dans la gestion de l'affaire publique, la place de la femme au sein de la communauté, les différents abus commis sur les femmes et les jeunes filles et aussi pour contredire certaines pratiques qui ne favorisent pas la parité du genre. Les sketches radiophoniques sont également cités par les auditeurs du sexe féminin qui les écoutent en compagnie de leurs enfants voir même de toute la famille. Les femmes se révèlent véhicules des messages diffusés dans les productions de SFCG en en discutant entre elles ou en conseillant les enfants. Les graphiques ci-dessous montrent les feedbacks désagrégés par sexe et par production. Les femmes ont beaucoup donné leurs feedbacks par rapport aux thèmes développés dans les émissions *Biso bana* et *Uishi na upende* parce que ces deux magazines font intervenir les jeunes sur les sujets qui les interpellent, et plus particulièrement les parents et la communauté en général. Les femmes (les mères) se considèrent comme étant les plus concernées au sujet de l'éducation des enfants et le respect des droits des enfants. Les droits des enfants revendiqués dans (*Biso bana*) et les thèmes sur la vie sociale, l'égalité et l'éducation, développés dans (*Uishi na upende*) attirent l'attention des femmes et des filles. Le premier graphique reprend les magazines et la seconde porte sur les feuilletons et la bande dessinée.

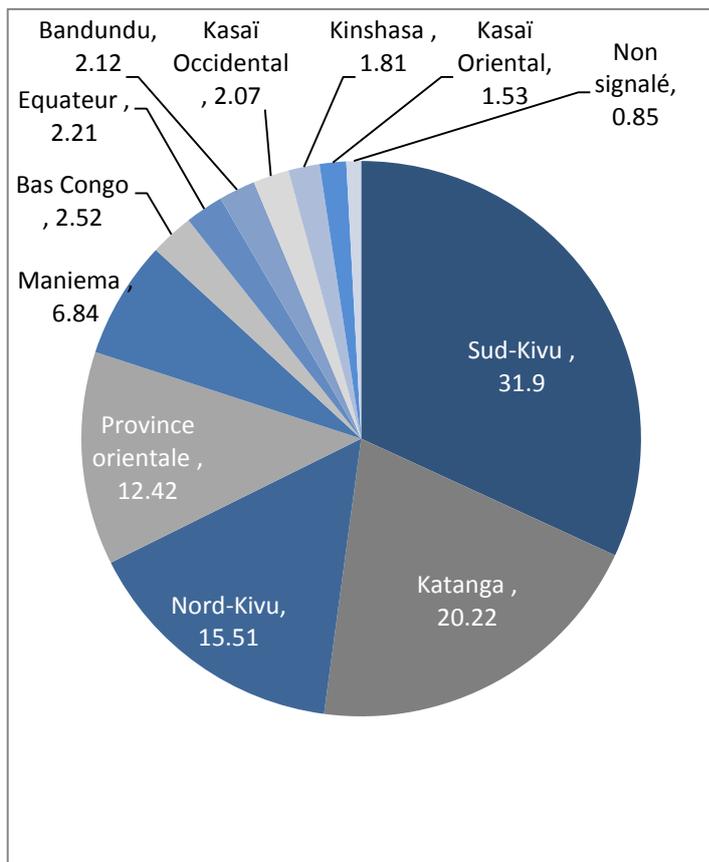


Ces deux graphiques ci-haut présentent les pourcentages des feedbacks des auditeurs désagrégés par sexe et les émissions rangées en ordre croissant selon le nombre de réactions enregistrées. Les réactions émises par les femmes étaient croissantes pour l'émission *Biso bana* (65,71%) et *Uishi na upende* (41,48%). Les émissions telles que *Mutusikilize pia* (67,12%) et *Mopila* (64,73%) ont intéressé plus les hommes.

Répartition des auditeurs ayant fourni un feedback par provenance géographique

On observe une inégalité importante entre les réactions reçues des différentes provinces. Ainsi, comme le montre le graphique ci-dessous, les provinces swahiliphones se trouvant à l'est du pays ont enregistré plus de réactions que celles de l'ouest : Sud-Kivu (31,90%), Katanga (20,22%), Nord-Kivu (15,51%), Province orientale (12,42%) et Maniema (6,84%). A l'inverse les provinces de l'ouest du

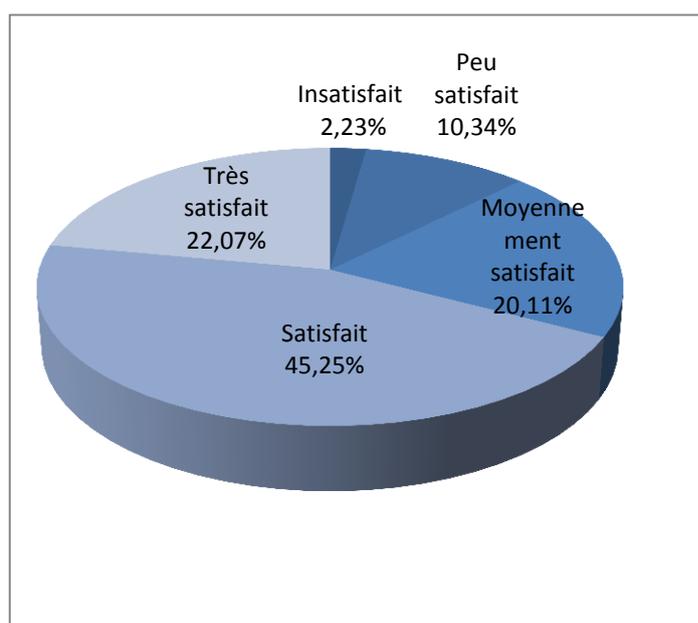
pays représentent un faible pourcentage du nombre de réactions reçues durant le mois : Kasai Oriental (1,53%), Kinshasa (1,81%), Kasai Occidental (2,07%), Bandundu (2,12%), les provinces Equateur (2,21%) et Bas Congo (2,52%).



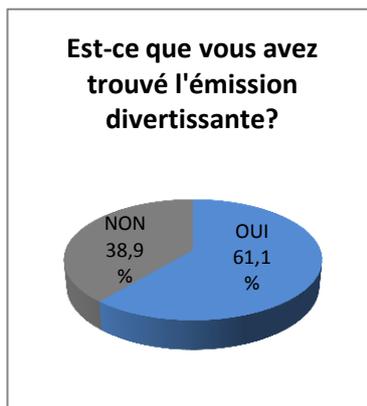
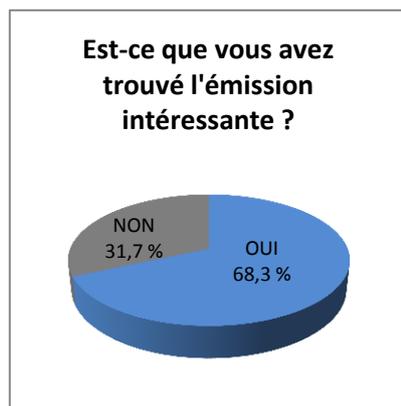
En regardant ce graphique, les provinces du Sud-kivu (ont durant les trois mois de février, mars et avril 2016 recueilli un grand nombre de réactions et de demandes de diffusion de *Jirani ni ndugu*), Katanga et Nord-Kivu ont enregistré plusieurs réactions avec un pourcentage élevé. Ceci est consécutif à la mise sur pied d'une opération de marketing SMS menée pour attirer l'attention des auditeurs qui ont dans les trois derniers mois réagis par rapport aux émissions produites en swahili dans ces trois provinces. Ce marketing SMS informe sur la reprise des diffusions du feuilleton radiophonique *Jirani ni ndugu* et sur la diffusion des spots RSS dans ces trois provinces. Notons également que les radios avaient reçu les orientations techniques sur les programmes de

diffusion de l'émission *Uishi na upende*. La même opération est menée durant la première semaine du mois de juin 2016 pour le compte de l'émission *Duel des jeunes démocrates* et *Lobi mokolo ya sika* à l'endroit des auditeurs se trouvant au Bas congo, des deux Kasai et de la ville de Kinshasa.

1.3 Satisfaction des auditeurs ayant fourni un feedback



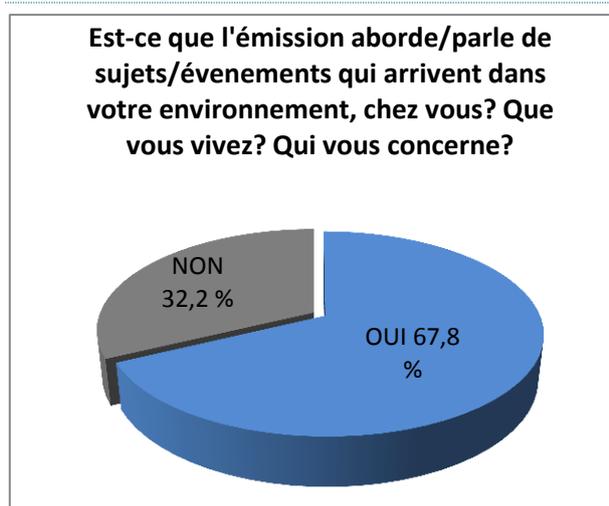
Dans la grande majorité, les auditeurs ayant fourni un feedback en mai 2016, sont satisfaits et très satisfaits. Les auditeurs moyennement satisfaits expliquent que leurs mécontents viennent du fait que les programmes de diffusion de certaines radios ont changé depuis le premier mois sans pourtant les informer sur les nouvelles dispositions. Les auditeurs qui se disent peu satisfaits et insatisfaits expliquent que leurs souhaits de participer aux émissions sont restés sans succès. Les lecteurs des bandes dessinées, se plaignent de la difficulté à trouver les nouvelles productions (les nouveaux numéros *Mopila*).



La majorité des auditeurs trouve les émissions de SFCG intéressantes (68,3%) et divertissantes (61,1%). Parmi ce que les auditeurs trouvent de plus intéressante ils ont cité les sujets traités ou encore le format des émissions (feuilleton, magazine et bande dessinée). Parmi ce qu'ils trouvent de plus divertissant ils ont cité: les noms des personnages, les

interventions des jeunes dans les différentes émissions *Duel des jeunes démocrates* et *Boyoka pe biso*; le pluralisme des idées, des avis, des opinions dans *Uishi na upende*; l'espoir et le courage qui caractérisent les jeunes de la plaine de la Ruzizi dans *Kuyazungumuziya nikutenda*. Les feuilletons *Mopila*, *Kesho/Lobi mokolo ya sika*, *jirani ni ndugu* et la Bande dessinée..

1.4 Pertinence des émissions



67,8% des auditeurs estiment que les émissions sont pertinentes comme elles parlent des réalités de leurs milieux. Par contre 32,2% des personnes ont dit qu'il n'y a pas ou pas assez de parallélisme entre ce qu'ils vivent chez eux et ce qui se dit à la radio à travers les émissions de SFCG.

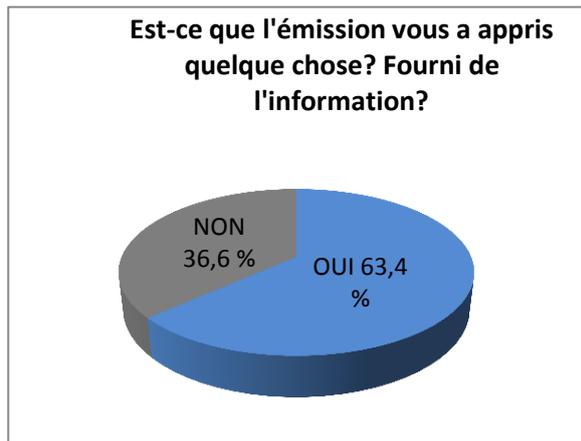
Plus de la moitié des auditeurs a déclaré s'être identifié aux personnages et aux participants des productions de SFCG. Cependant, 42,5 % des auditeurs ne s'identifient pas aux personnages des feuilletons ou aux participants des émissions magazines. Très souvent, les personnes qui occupent un rang social élevé disent ne pas s'identifier aux personnages présentés comme étant villageois dans les feuilletons. Il en va de même pour les personnes se trouvant dans les grandes villes. Un bon nombre d'auditeurs ne s'identifient pas aux personnages qui posent des mauvais actes dans les feuilletons, perçus comme personnages négatifs. D'ailleurs une partie des auditeurs craignent de faire l'objet de moqueries de la part des autres jeunes si jamais ils s'identifient à certains personnages. Les jeunes et ceux ayant participé à une émission, s'identifient très bien avec les intervenants, surtout s'il s'agit des émissions produites dans leurs provinces.

1.5 Attitudes, connaissances et comportements

63,38% des auditeurs disent que les émissions leurs apprennent quelque chose ou les informent. Ces informations sont de différents genres et touchent plusieurs domaines selon le type d'émission: les émissions qui touchent la réforme du secteur de sécurité (*Njiya za sheria*, *Duel des jeunes démocrates*, *Kesho ni siku mpia* et *Lobi mokolo ya sika*) sont citées comme très informatives étant

donné que les pratiques militaires étaient tenues confidentielles dans le passé. Les auditeurs disent recevoir des informations sur les défis quotidiens des jeunes vivant dans la plaine de la Ruzizi et leurs

besoins afin d'accéder à une paix durable. C'est le cas de l'émission *Kuyazungumuzi ya nikutenda* (En parler c'est agir). La détermination d'agir était exprimée par la majorité des sondés, spécifiquement à travers le changement de comportement au sein de leurs propres familles et entourages proches. Par exemple, les parents et les



ainés affirment appuyer les changements des comportements de leurs enfants et cadets. Certains auditeurs s'expriment aussi sur les différents changements positifs nécessaires au sein des forces armées, ils réagissent en disant qu'ils ne peuvent rien faire pour arriver à un changement et que ce domaine est

exclusivement réservé à l'État congolais. Ces auditeurs s'appuyant sur les textes légaux, démontrent que c'est un devoir de l'État congolais à travers les dirigeants. Cette notion est plus soutenue en ce qui concerne la sécurité des personnes et de leurs biens à travers les forces et services armés de la République, l'acquisition des titres immobiliers et les contentieux fonciers, la justice et les sanctions des militaires récalcitrantes, lesquels selon les auditeurs relèvent de la compétence de l'État à travers ses services spécialisés. Concernant la place de la femme dans l'instance de prise des décisions, certains pensent qu'il appartient aux femmes de prouver de quoi elles sont capables pour mériter cette place.



1.6 Habitude d'écoute

Les auditeurs de SFCG préfèrent écouter les émissions en groupe (57%). Ces derniers se retrouvent autour de la radio selon les tranches d'heures de la journée ou se rassemblent pour suivre la continuité des feuilletons diffusés en série. Les tranches écoutées en groupes sont: celles diffusées entre 18h30 et 22h00 (écoutées en famille), celles diffusées pendant les weekends surtout les



dimanches et celles diffusées pendant les jours fériés, des congés ou des vacances.

L'écoute familiale des émissions est favorisée par les parents et les aînés qui se fidélisent aux programmes de diffusion et essaient d'inclure le reste de la famille. Une frange d'auditeurs a fait savoir que les tranches du matin sont souvent écoutées par les propriétaires des récepteurs radio pendant qu'ils font leur toilette, de même, ils écoutent la radio pendant la journée lorsqu'ils se trouvent à leur lieu de travail ou à partir de leurs téléphones.