

**FACULTE ADVENTISTE DE THEOLOGIE**

**ETUDE DE L'IMPACT  
D'UNE RADIO LOCALE ADVENTISTE :  
RADIO SEMNOZ**

**ETUDES DES ARCHIVES DE DECEMBRE 2001 A  
SEPTEMBRE 1995**

**MEMOIRE  
DE RAPHAËL NAGLER**

**EN VUE DE L'OBTENTION DE LA  
MAITRISE EN THEOLOGIE ADVENTISTE**

**DIRECTEUR :  
BERNARD SAUVAGNAT**

**ASSESEUR :  
KARL JOHNSON**

**COLLONGES-SOUS-SALEVE, LE 6 JUIN 2003**

## **REMERCIEMENTS**

Tout d'abord je tiens à remercier notre Dieu qui m'a encouragé et soutenu pour que ce mémoire soit achevé plus vite que je ne le pensais. Que ce travail soit pour sa gloire.

Un grand merci aussi à Angela, mon épouse, qui a su trouver des moyens persuasifs pour m'encourager.

Merci aussi à l'équipe de Radio Semnoz et particulièrement à Hervé et Yves pour leur accueil chaleureux.

Je n'oublie pas Dany Guenin, sans qui je n'aurai jamais connu les radios locales adventistes.

Enfin, merci au *Chat de Vaucher* (le service de documentation à distance de la Bibliothèque Alfred Vaucher) et Guido Delameilleure qui m'ont permis de compléter ma bibliographie tout en étant à l'étranger.

## ***ABRÉVIATIONS***

- AWR : Adventist World Radio.
- BIA : Bureau d'Information Adventiste et aussi nom du bulletin émis par ce même office.
- CD : Compact Disc.
- CFPJ : Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes.
- DAT : Digital Audio Tape.
- DEA : Division eurafricaine des Eglises adventistes du septième jour.
- FFS : Fédération France Sud des Eglises adventistes du septième jour.
- FM : Modulation de fréquence.
- IEBC : Institut d'Etude de la Bible par Correspondance.
- INRA : Institut National de la Recherche Agronomique.
- IUT : Institut Universitaire de Technologie.
- MHz : Mégahertz.
- RCF : Radios Chrétiennes de France.
- RLP : Radio locale privée.
- UFB : Union franco-belges des Eglises adventistes du septième jour.

## ***INTRODUCTION***

## A. HISTORIQUE DES RADIOS LOCALES PRIVEES FRANÇAISES

### 1. Définition et histoire des radios libres

L'histoire des Radios locales adventistes s'inscrit dans un contexte politique particulier. Pour bien comprendre quels furent les enjeux, il est nécessaire d'avoir un bref aperçu de l'histoire des radios locales privées (RLP).

Légalement, les RLP existent depuis le 9 novembre 1981 dès l'entrée en vigueur de la « loi Mauroy » qui autorise des dérogations au monopole d'Etat. De manière concrète, les seules stations de radio autorisées avant cette loi étaient les radios d'Etat, toutes les autres étant considérées comme des radios pirates et donc illégales. Malgré les dérogations légales, il faudra attendre le 29 juillet 1982 pour voir l'abolition du monopole de programmation et ce n'est que le 2 août 1984 que les RLP recevront un statut financier clair. Dès lors, il existe deux types de RLP :

- D'un côté, les radios à caractère associatif à but non lucratif. Elle peuvent bénéficier d'une aide de l'Etat et dépendent des dons des auditeurs (les radios locales adventistes sont de ce type).
- De l'autre, les radios gérées par des sociétés (radios commerciales) qui reçoivent le droit de diffuser de la publicité à concurrence de 80% maximum de leur ressources financières.

La libération des ondes provoque un engouement anarchique. Pendant plusieurs mois, on assiste à une course au plus gros émetteur, voire même au vol et à la détérioration du matériel des concurrents. « [...] en lieu et place de studios tranquilles et feutrés et d'animateurs gentils et parés d'écouteurs apparaissent casques de moto et blousons de cuir. »<sup>1</sup>

Une sorte de sélection naturelle se fait avec le temps. Bon nombre de RLP disparaissent, d'autres survivent en créant des réseaux nationaux, perdant leur spontanéité et donc leur qualité.

---

<sup>1</sup> KOUCHNER J., *Radio locale, mode d'emploi*. Paris : CFPJ, 1994, p. 16.

« Les succès des radios locales privées reposent presque toujours sur l'enthousiasme et le bénévolat qui lui est concomitant. Alors que le service public a les moyens de durer et améliore sa qualité, aiguillonné par des radios privées, celles-ci s'essouffent et meurent progressivement les unes après les autres. Seules subsistent celles qui ont de plus gros moyens et celles qui se vendent au plus offrant.

Les premières deviennent alors trop souvent des appendices de pouvoirs municipaux ou départementaux, parfois même des appendices de partis ; les secondes se transforment pour la plupart en relais de programmes musicaux conçus sur le plan national et sont des pompes à finances pour la publicité locale. [...] De lieu d'échange, elle devient juke-box.

Pourtant, contre toute attente, presque contre toute logique, certains survivent, se bagarrent pour maintenir des programmes et des informations locales, inventent des échafaudages financiers, réalisent des prodiges d'ingéniosité et d'inventivité, réussissent à s'imposer, de sorte qu'aujourd'hui encore elles sont un élément fort de la vie locale. Mais ces exemples sont trop rares et le plus souvent fragiles. Ils reposent sur une poignée d'animateurs passionnés et parfois géniaux dont le départ remet en question la vie même de la station. »<sup>2</sup>

## 2. *L'histoire des radios locales adventistes.*

Les radios locales adventistes font parties de cette dernière catégorie décrite par Jean Kouchner. Elles sont fragiles, mais certaines fêtent leur vingt-ans d'existence. Vingt ans de foi, vingt ans d'aventure.

« Peu de gens sont conscients de ce qu'a impliqué la mise en œuvre d'une seule station de radio. A plus forte raison pour l'ensemble de ce qui a été entrepris et qui se poursuit vingt-ans après. Je pense qu'aucun effort d'évangélisation n'aura atteint cet impact et cette durée, surtout émanant d'initiatives externes à nos institutions. »<sup>3</sup>

L'aventure des radios locales adventistes commença déjà à la fin des années 70. Le monopole étatique des médias donne ses premiers signes de faiblesse. La rumeur se répand que les radios qui existent avant la libération des ondes seraient déjà reconnues. Dès lors, la course s'organise pour créer le maximum de radios locales adventistes en France, en Belgique et en Suisse. John Graz, responsable du département des communications de l'Union franco-belges des Eglises Adventistes du Septième Jour (UFB), et Ron Myers, technicien,

---

<sup>2</sup> KOUCHNER J., *Radio locale, mode d'emploi*. Paris : CFPJ ; 1994, p. 18.

<sup>3</sup> PICHOT B. cité par POUBLAN G., *1947-2000, 53 ans de présence adventiste avec : le studio et les émissions de "La voix de l'espérance", les radios locales, la télévision*. sl, sd, p. 71.

sillonnent le pays. Tandis que le premier organise des séminaires pour sensibiliser les membres d'Eglise et assurer leur formation de base au métier de la radio, le second voyage avec antenne et émetteur pour faire des essais dans différentes villes. C'est ainsi que naquirent des radios en France et en Belgique, l'Etat suisse n'ayant pas octroyé d'autorisation.

A partir de 1979, la presse écrite adventiste se fait l'écho du vécu des radios locales. Le numéro de l'été 1981 du *BIA* annonce « la radio pour tous »<sup>4</sup> et en novembre 1981, la *Revue Adventiste* consacre une page au comment créer une radio locale.<sup>5</sup> Ceci nous fut utile pour retracer l'histoire des radios locales et plus particulièrement celle de Radio Semnoz.

## **B. ETAT DE LA QUESTION : COMMENT SONT PERÇUES LES RADIOS LOCALES ADVENTISTES AU SEIN DE L'ADVENTISME ?**

Les articles de la *Revue Adventiste*, du *BIA* et de la revue *Signes des temps* informèrent régulièrement le public adventiste de l'évolution des radios locales. Cependant, après 1989, les articles sont moins fréquents<sup>6</sup> probablement dû au départ de John Graz, responsable du département des communications de l'UFB. De ce fait, peu d'articles publiés concernent la période de notre étude et donc la réponse à la question « Comment sont perçues les radios locales au sein de l'adventisme ? » semblerait être, au tout premier abord, un désintéressement. La réponse est bien plus complexe.

---

<sup>4</sup> « Paris : Bientôt la radio pour tous », in *BIA* n°18. Paris, juillet-août 1981, p. 5.

<sup>5</sup> « Radios : une extraordinaire opportunité », in *Revue adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, novembre 1981, p. 12.

<sup>6</sup> *Signe des temps* ne parle plus des radios locales depuis janvier 1990. La *Revue adventiste* ne publie aucun article en ce qui les concerne durant l'année 1990. Il faut attendre 1998, pour que cette-même revue consacre plusieurs pages – et non des petits articles – aux radios locales et depuis 2000, chaque année un numéro spécial y est consacré. En ce qui concerne le *BIA*, cinq articles ont été publiés entre septembre 1989 et avril 1996, date du dernier article recensé au sujet des radios locales adventistes. Pour plus de détails, voir la dans la bibliographie : *Articles de revues concernant les radios locales adventistes*, p. 85.

## 1. Le point de vue des radio locales

Lors de la rencontre de la Coordination des Radios locales qui eut lieu le 28 octobre 2001 à Collonges-sous-Salève, les radios locales adventistes ont exprimé leur point de vue en ce qui concerne leurs relations avec les églises et avec l'administration de l'Eglise adventiste.

Tout d'abord, les représentants présents remarquent que les Radios sont méconnues dans les églises. Souvent, elles ne correspondent qu'à une offrande spéciale dans l'année qui passe presque inaperçue à cause des offrandes organisées selon un budget d'Eglise<sup>7</sup>. De plus, sur l'ensemble des communautés locales, seules six églises sont véritablement concernées par le sujet<sup>8</sup>.

Cette situation de méconnaissance entraîne un autre problème : celui de la relève. Les radios locales adventistes se trouvent confrontées aujourd'hui à un manque de personnel, car peu de jeunes adventistes semblent intéressés à travailler dans ce domaine. Entre le 28 octobre 2001 et le 3 mars 2002<sup>9</sup>, trois postes ont été créés sur l'ensemble des radios locales adventistes avec le résultat qu'aucun adventiste n'a été embauché !

Pour résoudre les problèmes de la communication et de la relève, la Coordination des Radios a lancé une vaste opération de publicité lors de la rencontre bi-annuelle de la Jeunesse adventiste à Montluçon de 2002 et lors de l'assemblée administrative de la Fédération France Sud des églises adventistes du septième jour de la même année. Dans ce même effort de faire connaître les radios locales adventistes, la *Revue Adventiste* leur consacre ses pages de dossier<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> Ce principe du budget d'Eglise fait que malheureusement le membre ne sait plus pourquoi il contribue puisque chacun de ses dons est réparti « automatiquement » dans les différents départements.

<sup>8</sup> Ce sont les Eglises adventistes qui ont des membres impliqués dans une radio locale : Alès (Radio Interval), Annecy (Radio Semnoz), Le Havre (Radio Albatros), Rouen (Radio La Sentinelle), Saint-Malo (Radio Parole de Vie) et Epinal (Radio Cristal).

<sup>9</sup> Date de la rencontre de la Coordination suivante qui a eu lieu au Havre.

<sup>10</sup> Voir « L'évangélisation par la Radio », in *Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2002. La consécration de plusieurs pages de la *Revue Adventiste* à l'ensemble des radios locales adventistes n'est pas la première depuis le départ de John Graz. Voir BARQUON J.-P., « L'évangélisation par la radio », in *Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie &

La dernière des préoccupations soulignées lors de la rencontre de la Coordination du 28 octobre 2001 est le manque de soutien de la part de la Division Eurafricaine des Eglises Adventistes du septième jour (DEA) qui, pour l'instant, semble donner la préférence à la Radio mondiale adventiste (AWR) plus qu'aux Radios locales.

## *2. Le point de vue de la Division eurafricaine des Eglises Adventistes du septième jour*

Afin d'éviter de rester sur des impressions, nous avons posé les questions suivantes à Martin Haase, responsable des communications au sein de la Division Eurafricaine<sup>11</sup> : Que pense la Division Eurafricaine au sujet des radios locales adventistes ? Où voit-elle leur utilité et plus particulièrement dans la mission de l'Eglise adventiste, si elle en voit une ? Qu'est-ce qui a été fait pour elles dans le passé et pour quelles raisons ? Que pense la DEA au sujet de l'avenir des radios locales adventistes et pourquoi ? Voici sa réponse dans son intégralité :

« La radio est toujours un média très important. Même si les ondes courtes ont perdu un peu de leur importance dans les pays de l'Europe de l'Ouest à cause de leur qualité moyenne. Inversement, on peut constater un nombre croissant d'auditeurs des émetteurs locaux et privés qui émettent en modulation de fréquence (FM). Les émetteurs locaux rendent possible une plus grande proximité avec les auditeurs et ils reçoivent ainsi le statut d'une institution sociale proche des citoyens. Là, nous voyons une grande possibilité en tant qu'adventiste d'être actif et de mettre en pratique nos trois buts stratégiques : 1. une amélioration de la qualité de vie au travers de la foi en Jésus Christ, 2. la croissance de l'Eglise, 3. l'unité à l'intérieur de l'Eglise en publiant par la radio la ligne officielle de l'Eglise (Ceci bien sûr ne peut être réalisé qu'en périphérie).

Dans le passé, la DEA a soutenu ce travail personnellement et financièrement pendant plusieurs années. Des émissions étaient et sont produites dans nos studios et sont mises à disposition de la diffusion locale. Dans l'avenir, les églises devront s'engager elles-mêmes dans une plus grande mesure pour les raisons suivantes : 1. la plupart du temps, la législation prescrit que des infos locales doivent être diffusées par la Radio. Les émissions ne doivent pas être reprises comme une conserve produite par d'autres producteurs. 2. Le nombre croissant d'émetteurs locaux ne peut plus être entretenu de manière centrale à cause d'un manque de

---

Santé, mai 1998, pp. 4-7 et « Des radios pour porter l'espérance, l'Evangile sur les ondes », *in* *Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2001, pp. 6-9.

<sup>11</sup> La correspondance s'est faite par E-mail et les copies intégrales des textes originaux en Allemand se trouvent dans les annexes : Correspondance échangée avec Martin HAASE, p. 73.

personnel qui devrait être multilingue dans notre division et aussi parce que les finances ne le permettent pas. 3. Ce n'est pas non plus un secret que le succès d'un travail dépend de l'engagement d'individus. Ceux-ci veulent garder leur liberté d'action. Une grande régulation par la Division rendrait le fonctionnement plus lourd et le freinerait plutôt que de le faire avancer. Cela signifie que les Fédérations doivent développer un concept de la radio ensemble avec leurs églises et créer éventuellement un bureau de coordination au niveau de l'Union.

La Conférence Générale représentée par les Divisions s'occupera d'établir le lien entre les médias et les nouvelles technologies. Le travail des radios qui dépassent la dimension régionale sera globalement coordonné par AWR. La Division va se concentrer sur la *Cross Media Communication*<sup>12</sup> qui a un but missionnaire. Ceci n'est pas une dévaluation du travail des Radios Locales, tout au contraire, ceci est une continuation de l'annonce de notre message adventiste par tous les médias possibles. »

### *3. Le soutien de l'Union Franco Belge des églises adventistes du septième jour*

A l'échelon inférieur, l'Union Franco Belge des églises adventistes du septième jour (UFB) soutient concrètement les Radios locales tout d'abord par une subvention annuelle à chaque radio et par l'existence et le financement de la Coordination des radios locales adventistes, basée à Collonges-sous-Salève. Celle-ci entretient un support mutuel et des échanges entre les radios au travers des « Rencontres de la Coordination » durant lesquelles les représentants des radios participent à une soirée de formation technique et à une journée de discussion sur la manière d'améliorer les relations entre elles et les relations avec l'UFB. Ces rencontres offrent la possibilité de parler des émissions et de parler de détails techniques, y compris de systèmes compatibles facilitant les échanges. La Coordination, par le biais du Studio du Salève, produit des émissions de psychologie et de réflexion chrétienne. Elles sont ensuite mises à la disposition des radios locales adventistes, non seulement en France, mais aussi dans l'ensemble de la francophonie. Un dernier aspect du travail de la Coordination est l'édition du prospectus pour l'offrande spéciale en faveur des Radios locales. Celui de l'année 2002 contenait en première page un mot du président de l'UFB.

---

<sup>12</sup> La *Cross Media Communication* est un organisme qui coordonne les médias « classiques » et les nouvelles technologies dans un but missionnaire.

La Coordination et les radios apprécient ce type d'encouragement qui montre un intérêt et un soutien de la part des membres dirigeants.

## **C. METHODOLOGIE**

### *1. Enjeux*

En définitive, à quoi sert d'avoir des radios locales adventistes ? Est-ce qu'elles répondent aux attentes des dirigeants en améliorant la qualité de vie au travers de la foi en Jésus Christ, en augmentant la croissance de l'Eglise, et en l'unifiant par la diffusion de sa ligne officielle ?

Dans quel sens sont-elle un outil d'évangélisation efficace ? Face à la masse des auditeurs, les émissions se perdent-elles dans les airs ou y a-t-il intérêt et réaction des auditeurs ?

Ce sont ces questions que tentera de résoudre notre étude qui se veut un éclairage sur ce qu'est et fait une Radio locale portant le nom « adventiste » dans le cadre de la diffusion de l'Évangile.

### *2. Méthode*

L'option choisie pour répondre à ces questions est, non pas d'entendre les radios locales adventistes parler à leur propre sujet, mais par souci d'objectivité, de laisser le courrier des auditeurs témoigner de l'influence de la Radio dans leur vie. Pour ce faire, nous avons consulté les archives de Radio Semnoz qui est l'une des six radios locales adventistes de France. La proximité, l'accueil chaleureux, l'exhaustivité<sup>13</sup> des archives et son histoire influencèrent notre choix<sup>14</sup> en sa

---

<sup>13</sup> Par « exhaustivité » nous entendons ceci : tous les documents archivés ont été mis à notre disposition. Cependant, il se peut que durant certaine période des documents comme des comptes-rendus d'appels téléphoniques n'ont pas été archivés et de ce fait n'existent tout simplement pas.

<sup>14</sup> Il n'est pas envisageable d'analyser le courrier de toutes les radios locales adventistes et ce pour les raisons suivantes : 6 radios impliquent 6 auditoires différents à analyser de manières différentes ; 6 radios impliquent aussi 6 passés différents et 6 caractères différents qui sont à prendre en compte lors de l'analyse ; de plus, certaines radios n'étaient pas en mesure de me donner une réponse car confrontées à des difficultés importantes ; enfin, l'étude de 6 radios dépassait le cadre de ce travail.

faveur. Parmi ses archives, nous avons extrait<sup>15</sup> 144 lettres et 86 comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages et de messages que nous avons étudiés selon une grille d'analyse fortement inspirée de celle de John Graz<sup>16</sup>, mais adaptée au type du document (courrier ou compte-rendu) et à Radio Semnoz.

Les archives contiennent aussi des documents montrant le rapport de Radio Semnoz avec des institutions, des organismes ou la presse écrite. Dans ce cas, la diversité des documents<sup>17</sup> ne permet pas une analyse rigoureuse.

Cependant avant d'entrer dans les détails de l'analyse, il est nécessaire d'entrer dans l'histoire de Radio Semnoz afin de mieux la connaître pour ne pas interpréter faussement les résultats.

---

<sup>15</sup> Nous avons copié les documents dans un ordre chronologique inverse, soit de décembre 2001 à septembre 1995 et ce jusqu'à ce que nous obtenions deux-cents documents ou plus selon ce qui avait été convenu avec notre directeur de mémoire.

<sup>16</sup> GRAZ J., *Radio-télévision émissions protestantes, étude effectuée à partir de l'analyse du courrier reçu entre 1981 et 1983*, tomes 1 et 2. Paris : Université de la Sorbonne, 1986, pp.5ss.

<sup>17</sup> Nous fûmes confrontés à des lettres, des articles de presse et des programmes ou des publicités de manifestation sur lesquels le logo de Radio Semnoz figurait. Cf. note 29, p.20.

## ***CHAPITRE I. RADIO SEMNOZ***

## A. L'HISTOIRE DE RADIO SEMNOZ.

« Le nom de Radio Semnoz vient de la montagne au-dessus d'Annecy, montagne qui constitue comme un poumon vert pour cette ville au bord de son lac. Radio Semnoz a vu le jour le 11 avril 1982, sur la fréquence 101.5, à l'initiative de Guy Bonnel, Philippe Geay et Zoran Zivkov, membres de l'Eglise adventiste d'Annecy. Dès le 4 avril, Ron Myers est sur les lieux, avec le matériel de base. Il reviendra plus tard pour construire un automatisme.

L'installation s'est faite d'abord dans les combles de l'ancienne Eglise adventiste d'Annecy. Puis le studio a été transféré dans le sous-sol de la villa du Dr Patrick Guenin, sur les hauteurs d'Annecy. Le Dr Guenin a joué, et joue encore avec son épouse, un grand rôle dans la vie de la Radio.

En 1985, Radio Semnoz obtient son statut officiel et occupe une nouvelle fréquence : 91.5, sa fréquence actuelle sur la bande FM. Les studios d'enregistrement de Radio Semnoz sont maintenant installés dans la nouvelle église adventiste, 5, chemin du Panorama, à Cran Gevrier. Ce nouveau bâtiment se veut ouvert comme en témoigne son nom : "Espace Arc-en-Ciel". Des conférences y sont données. La Radio fonctionne avec cinq salariés et plus de cinquante bénévoles.

Radio Semnoz émet 24 h sur 24 et en stéréophonie. Comme les autres radios du même type elle vit essentiellement grâce au Fonds de soutien à l'expression radiophonique du Ministère de la Culture, de la subvention de l'Association des Auditeurs de Radio Semnoz (750 auditeurs), de dons, de cotisation, et de la production de cassettes de ses émissions. Notamment, les prédications de l'Eglise sont retransmises sur les ondes<sup>18</sup>. En une année, 650 cassettes de sujets spirituels ont été commandées. Un périodique, tirant à 3.500 exemplaires, est envoyé aux élus locaux, aux associations et organismes de la région, et aux auditeurs intéressés. »<sup>19</sup>

## B. LA PROGRAMMATION DE RADIO SEMNOZ

Le rapport de proximité avec les habitants d'Annecy est une préoccupation essentielle pour Radio Semnoz. Son dossier de presse en présente les objectifs et ce qu'elle souhaite offrir aux auditeurs, c'est-à-dire un autre regard sur la vie, au travers d'une musique sans agressivité, au travers de l'actualité nationale, internationale et surtout locale, au travers d'émissions sur les préoccupations quotidiennes (santé, éducation, psychologie, etc.), au travers du

---

<sup>18</sup> Les prédications de l'Eglise adventiste d'Annecy, mais aussi des Eglises de Collonges-sous-Salève et parfois de Genève, sont diffusées sur les ondes et appréciées des auditeurs.

<sup>19</sup> Plusieurs sources citées par POUBLAN G., *1947-2000, 53 ans de présence adventiste avec : le studio et les émissions de "La voix de l'espérance", les radios locales, la télévision*. Sl, sd, p. 91.

dialogue et d'interviews qui « font découvrir toute la richesse humaine et culturelle de la région »<sup>20</sup>.

Ainsi,

« La pensée de Radio Semnoz s'inscrit dans l'histoire chrétienne protestante. Si au cours des siècles des femmes et des hommes se sont battus pour penser différemment, aujourd'hui Radio Semnoz désire garder cette riche diversité de communication, et permettre que des réflexions, des points de vue ouvrent la voie à des échanges spirituels dans le respect de la dignité humaine. »<sup>21</sup>

Ce but et cet objectif de la radio locale adventiste correspondent au point de vue de John Graz :

« Le concept que je voulais répandre était : une radio de proximité ouverte sur les besoins de la communauté et au service des habitants. La partie religieuse étant le cadeau que nous pouvions offrir. J'étais convaincu qu'il fallait éviter des "radios Jésus", mais qu'il fallait donner à l'Évangile une place en or sur une radio écoutée et crédible. »<sup>22</sup>

De ce fait, Radio Semnoz diffuse essentiellement des informations régionales et de la musique classique. Celle-ci correspond à la volonté de diffuser une musique sans agressivité qui offre détente et paix, mais était aussi ce qui a permis à la station d'être sur les ondes plusieurs heures par jour dès sa naissance grâce aux nombreuses bandes mise à disposition par Zoran Zivkov et c'est pourquoi, aujourd'hui encore, la musique classique possède une place importante dans la programmation et dans les activités de la station.

Quant aux émissions spirituelles, étant la cerise sur la gâteau, elles représentent environ 6% de l'ensemble des émissions diffusées. Au total, les émissions produites dans le milieu adventiste (santé, vie de famille et spiritualité) équivalent au 11% des émissions diffusées. Ce faible pourcentage provoque paradoxalement la plus grande quantité de courrier de la part des auditeurs, comme nous le verrons dans les chapitres suivants.

---

<sup>20</sup> « Radio Semnoz, un autre regard sur la vie », in *Dossier de presse de Radio Semnoz*. Annecy, 2001.

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> GRAZ J. cité par POUBLAN G., *1947-2000, 53 ans de présence adventiste avec : le studio et les émissions de "La voix de l'espérance", les radios locales, la télévision*. Sl, sd., p. 73-74.

## C. LA RADIO ET SES AUDITEURS SELON LES SONDAGES

### 1. Source des sondages

Les sondages et études de notoriété mises à disposition de Radio Semnoz sont des exercices pratiques réalisés par des étudiants de l'Institut Universitaire Technologique (IUT) d'Annecy-le-Vieux. L'IUT et Radio Semnoz collaborent depuis de nombreuses années. En 1997, un studio décentralisé existe sur le campus de l'université afin que les étudiants puissent pratiquer dans le domaine de la radio et il en découle une émission hebdomadaire.

### 2. Etudes de notoriété

Il est important dans notre étude de replacer l'analyse du courrier des auditeurs dans le cadre de l'ensemble de la population qui comprend les auditeurs et les auditeurs potentiels. C'est ce que vont permettre les études de notoriété.

#### a. L'étude de 1995<sup>23</sup>

L'étude de 1995 interrogea 400 personnes de la région d'Annecy. Il en ressort que 31.75% connaissent Radio Semnoz dont 49% sont des auditeurs. Le reste de l'étude manquant de rigueur dans le calcul des chiffres et l'établissement des pourcentages, il est difficile d'en tirer d'autres conclusions dignes d'intérêts.

#### b. L'étude 1996<sup>24</sup>

A nouveau, l'étude de 1996 sonde 400 personnes réparties dans tout le bassin annecien. Cette fois, 34,5% des sondés déclarent connaître Radio Semnoz, mais seulement 10% d'entre eux l'écoutent.

Les auteurs ont cherché à savoir pourquoi les « non-auditeurs » qui connaissent Radio Semnoz ne l'écoutent pas. Cela serait dû à une mauvaise

---

<sup>23</sup> BOISSIERE C., *Rapport d'étude de notoriété pour Radio Semnoz*. Annecy : IPAC, 1995.

<sup>24</sup> CEYSSAT C., CRAVEL C., OLIVIERO S., *Rapport de projet, étude de notoriété pour Radio Semnoz*. Annecy : IUT, 1996.

programmation des différents types de musique, dont les principaux sont la musique classique, le rock et les variétés françaises.

Cette étude contient dans ces annexes les résultats d'un sondage IPSOS de juin 1991 réalisé sur un échantillon de 400 personnes âgées de 15 ans et plus durant le premier trimestre 1991.

### c. L'étude de 1997-1998<sup>25</sup>

En 1998, la part de marché de Radio Semnoz était de 0.71% dans sa zone d'émission et se trouvait en 15<sup>ème</sup> position juste après France Culture.

La répartition des émissions étaient de : 55.7% de musique classique, 12.4% d'informations et de vies locales, 8.9% de variétés françaises, 8.4% d'émissions culturelles, 7.8% de réflexion chrétienne, 4% de variétés étrangères et enfin 2.8% de jazz.

Cette étude a aussi étudié l'origine des fonds et les dépenses de Radio Semnoz, ce qui nous donne un aperçu de ce à quoi elle est confrontée. En ce qui concerne les produits d'exploitations, ils étaient répartis entre les subventions de l'Etat (39.5%), divers produits<sup>26</sup> (20.4%), les prestations de services (14.9%), les cotisations des auditeurs (10.1%), les produits de concerts (8%) et la vente de marchandises (7%).

Les auditeurs adhérents ne sont pas forcément les auditeurs les plus fidèles, mais ils désirent soutenir financièrement une radio qu'ils apprécient. 72,7% d'entre eux sont inactifs ou retraité. La moyenne d'âge est de 60 ans et s'ils ne sont pas à la retraite, ils font parties des classes aisées. Les femmes sont plus nombreuses à adhérer que les hommes. 80% d'entre eux sont chrétiens et 65.7% sont pratiquants. Les raisons d'écoute sont dans un ordre décroissant : l'intérêt des programmes musicaux (77,8%), l'éthique chrétienne (25.3%), les actualités régionales (15,2%), les conférences (12,1%), la détente (11,1%), la convivialité (11,1%), les non-réponses<sup>27</sup> (8.1%) et, enfin, l'habitude (2%). L'auditeur adhérent

---

<sup>25</sup> FILLION A., JEANNEAU X., MURAROTTO F., *Radio Semnoz, « La radio où tous les espoirs sont permis »*. Annecy : IUT, 1998.

<sup>26</sup> Malheureusement, les auteurs de l'étude ne précisent pas en quoi consistent les *divers produits*.

<sup>27</sup> Par *non-réponses* sont entendues les personnes qui n'ont pas souhaité s'exprimer sur le sujet.

privilégie donc la culture et l'éthique chrétienne et ses attentes placent Radio Semnoz dans une catégorie entre France Culture et France Musique.

Le portrait type de l'auditeur potentiel correspond à celui d'un « homme ou femme de plus de 35 ans, attaché à sa région, appréciant la musique classique, et ouvert aux sujets à caractères religieux. »<sup>28</sup> Les deux atouts de Radio Semnoz sont sa musique et son statu régional.

Enfin, les adhérents qui n'ont pas renouvelé leur cotisation ne l'ont pas fait pour la plupart par oubli ensuite à cause du coût. Peu ont été déçus de leur adhésion.

---

<sup>28</sup> FILLION A., JEANNEAU X., MURAROTTO F., *Radio Semnoz*, « *La radio où tous les espoirs sont permis* ». Annecy : IUT, 1998, p. 22.

## ***CHAPITRE II. ANALYSE DES DOCUMENTS***

## **A. LE DEPOUILLEMENT : LES DIFFERENTS TYPES DE DOCUMENTS OBTENUS AUPRES DE RADIO SEMNOZ**

Comme nous l'avons déjà mentionné, Radio Semnoz ayant mis à notre disposition ses archives, nous nous trouvons face à différents types de documents. Outre le courrier des auditeurs, il y a selon les périodes des comptes-rendus d'appels téléphoniques, des formulaires pour la commande de cassettes de concerts dont Radio Semnoz était partenaire. En plus des documents ci-dessus, les archives contiennent aussi des lettres d'associations, d'entreprises ou d'autres organismes qui ont collaboré avec la radio, ainsi que des articles de presse. Ces-derniers documents ne seront pas analysés dans cette étude à cause de leur diversité<sup>29</sup>.

## **B. EXPLICATIONS DES GRILLES D'ANALYSE**

### *1. Courrier privé*

L'impact de Radio Semnoz ne se mesure pas uniquement par les demandes des auditeurs, telles qu'elles sont répertoriées dans la deuxième partie de la grille d'analyse. La première partie de l'analyse cherche à comprendre qui

---

<sup>29</sup> La diversité de ces derniers documents se détaillent ainsi :

- Des lettres de remerciements pour la collaboration de la part d'organismes (Département O.G.P. de l'IUT d'Annecy), d'entreprise (Crédit Agricole des Savoies), d'associations (Association Rhône-Alpes Des Amis de Saint-Jacques) ou de mairies (Cran-Gevrier, Le-Bourget-du-Lac).
- Des lettres de l'associations des auditeurs de Radio Semnoz annonçant la sortie organisée, occasion pour les auditeurs de rencontrer les animateurs.
- La demande de collaboration pour événement particulier comme un concert organisé par le Cercle Richard Wagner d'Annecy.
- La demande de visite des studios pour un groupe d'enfants dans le cadres des activités de la MJC d'Annecy le Vieux.
- Des programmes d'auditorium tel celui de Cran-Gevrier d'avril 2000 avec l'annonce des conférences organisée par Radio Semnoz.
- Des articles de presses soit au sujet de Radio Semnoz, soit avec une mention de la station comme collaborateur du sujet principal. Des articles sont parus, entres autres, dans le *Dauphiné Libéré*, *Essor*, *Ma Ville* (bulletin municipal de Cran-Gevrier).

sont les auditeurs, d'où ils viennent, pourquoi ils écrivent et quelle est leur relation avec la radio.

Ces deux parties nous permettent dans un premier temps d'extraire de l'ensemble de la population les personnes concernées par Radio Semnoz puis d'extraire leurs demandes et préoccupations.

La grille d'analyse du courrier contient, avec les titres, 343 lignes de critères d'analyse, tels la nature du correspondant, ses raisons d'écrire et les informations qu'il donne de la radio. Nous ne pouvons pas décrire ici en détails tous les critères d'analyse. Seuls les en-têtes de rubrique seront décrits ci-après. Des explications complémentaires se trouvent en note de bas de page dans le tableau.

#### a. Correspondant

Il est important de connaître l'auditeur afin de savoir qui réagit aux émissions. De ce fait, nous avons analysés 3 catégories de personnes : les hommes, les femmes et les couples. La question n'est pas ici de savoir si tous les hommes et femmes qui écrivent sont mariés ou célibataires, mais bien de relever que des couples écrivent à Radio Semnoz. Lorsque cette démarche de couple est évidente seule la catégorie *couple* a été cochée.

#### b. Origine et agglomération

Déterminer l'origine et le type de l'agglomération dans laquelle réside le correspondant permet de connaître l'envergure géographique de l'impact de Radio Semnoz.

En ce qui concerne les critères de taille des agglomérations, les valeurs ont été adaptées à la zone de couverture de Radio Semnoz. En d'autre terme, +50'000 correspond aux grandes villes comme Annecy et Chambéry ; entre 10'000 et 50'000 à des localités comme Annecy-le-Vieux ; moins de 10'000 habitants, des petites villes ou villages comme Sillingy ou Meythet.

---

Même si ces documents n'ont pu être analysés de manière rigoureuse, ils permettent de comprendre quelle est la place de Radio Semnoz dans la vie culturelle et sociale d'Annecy et région.

En revanche, la définition de la commune rurale est plus subtile. Selon l'INRA, la commune rurale se définit en opposition à la commune urbaine : « Commune urbaine, commune rurale : une commune urbaine appartient à une unité urbaine. Les autres communes sont dites rurales. »<sup>30</sup> Reste à définir l'unité urbaine qui est : « une ou plusieurs communes sur le territoire desquelles se trouvent un ensemble d'habitations tel qu'aucune ne soit séparée de la plus proche de plus de 200 mètres et qui comportent au moins 2000 habitants »<sup>31</sup> N'ayant pas les moyens de vérifier sur le terrain, ni trouvé de liste avec les communes rurales, l'option choisie est de considérer comme rurale toute commune de moins de 2000 habitants ayant un hectare ou plus par habitant<sup>32</sup>.

#### c. Age donné et profession

L'âge donné est celui qui peut être déterminé explicitement dans le courrier par des indices comme celui-ci : « Je vais bientôt entrer dans une maison de retraite » qui correspond à quelqu'un de plus de 65 ans. Très peu de lettres contiennent une indication explicite précise de l'âge.

Il en est de même pour la profession qui peut être déduite par l'entête ou par le contenu de la lettre.

#### d. Religion

Le titre *religion* répond aux questions suivantes : Le document contient-il une référence religieuse ? Si oui, est-ce une référence concernant la religion de l'auteur de la correspondance ?

Si la religion de l'auteur est explicite, la ligne correspondant à sa dénomination a été cochée.

---

<sup>30</sup> HILAL M., SCHMITT B., « Les espaces ruraux : une nouvelle définition d'après les relations villes-campagnes », in *INRA sciences sociales, recherches en économie et sociologies rurales*. Ivry-sur-Seine : Département d'Économie et de Sociologie Rurales de l'Institut National de la Recherche Agronomique Mission Publications, novembre 1997, p. 1.

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Notre intérêt est bien la zone d'impact de Radio Semnoz et non la définition exacte de la commune rurale. De ce fait, un hectare étant un carré de 100 mètres de côtés, nous pouvons supposer que si 2 personnes habitent dans une même maison, leurs proches voisins habiteront à environ 200 mètres. Ceci n'est, bien entendu, qu'une hypothèse mathématique mais elle permet de simplifier la définition tout en permettant une évaluation assez précise.

### e. Estimation

Peu de courriers contiennent une indication précise quant à l'âge du correspondant ou à son niveau d'instruction scolaire (N.I.S.). Cependant, il est nécessaire d'essayer de définir qui sont les auditeurs qui écrivent. C'est pour cela que l'âge et le niveau d'instruction scolaire ont été estimés selon les critères suivants : l'écriture ou calligraphie, l'usage de la langue, la forme et la présentation du document, les indications du contenu (thème). Un seul critère n'est jamais suffisant pour estimer l'âge ou le N.I.S., mais ensemble ils permettent une estimation assez précise.

L'écriture varie selon les âges. Celle d'un enfant consiste à de gros caractères dont les lignes sont encore peu assurées. Le type d'écriture suivant : *d'avoir consacré un peu de votre temps* correspond à une personne entre 25 et 65 ans, alors qu'une personne âgée écrira plutôt de manière plus liée comme dans cet exemple : *de fêter le 260<sup>e</sup> anniversaire.*

L'usage de la langue correspond à l'utilisation correcte de l'orthographe, de la grammaire, de la syntaxe ou d'expressions. Les trois premiers points dépendent essentiellement du N.I.S. ou de l'apprentissage de la langue française pour des étrangers. L'utilisation d'expressions dépend plus de l'évolution de la langue et donc de l'âge de la personne, même si le N.I.S. ou le rang social peuvent avoir une influence<sup>33</sup>. Des expressions telles que : « prendre Radio Semnoz » (pour : écouter Radio Semnoz), « merci à la bonne main qui ... », « ayant eu la bonne fortune de... » appartiennent à un langage plutôt ancien et n'est vraisemblablement utilisé par des jeunes.

Une lettre de parents contenant des remerciements pour le stage de leur fils donne une indication sur l'âge de ceux-ci. Rares sont en effet des parents qui écrivent ce type de lettre pour des enfants majeurs. Donc, en considérant que l'enfant ait au maximum 17 ans et qu'il soit le cadet de la famille, les parents

---

<sup>33</sup> Un exemple de formule ambiguë relevant soit de l'âge, soit du N.I.S. serait : « je vous serais obligée s'il vous était possible de m'adresser le texte de ... ».

peuvent être âgés entre 55 et 60 ans, si ce n'est pas plus jeune. Par contre des personnes dont le contenu des lettres raconte leurs problèmes de santé dus à l'âge ont certainement plus de 65 ans.

La mise en page des lettres, l'utilisation de carte au format A6 à entête imprimé, par exemple, reflète le niveau d'éducation reçue par la personne ou son métier (en général un cadre).

Lorsque, malgré l'ensemble de ces critères, il nous était impossible d'estimer l'âge ou le N.I.S., l'option indéterminable fut utilisée pour éviter des suppositions erronées.

#### f. Présentation

La présentation du document (le format, l'écriture manuscrite ou dactylographiée, la quantité de page et l'entête) affine les estimations de l'âge, du N.I.S. et du métier de l'auditeur. La quantité de pages et le soin apporté à la lettre est un indice de la réaction et du positionnement de l'expéditeur face à Radio Semnoz ou à une émission.

#### g. Date de rédaction

Dans quel délai, les auditeurs ont réagi aux émissions ? C'est à quoi répond cette rubrique.

#### h. Autres lettres du même correspondant

Ce critère indique le nombre de courriers que le correspondant a écrit à Radio Semnoz.

#### i. Finances

Cette dernière rubrique examine les rapports entre Radio Semnoz et ses auditeurs d'un point de vue financier. Il ne faut pas oublier que Radio Semnoz est une radio associative qui ne diffuse pas de publicité. Elle dépend donc des dons des auditeurs et des cotisations des membres de l'association des auditeurs. De plus, un nombre non négligeable de cassettes sont vendues aux auditeurs qui les commandent.

#### j. Introduction

Toujours dans l'analyse de la forme, l'analyse de l'introduction révèle la relation qui existe entre l'auditeur et Radio Semnoz. Une bonne moitié des documents ne contient pas d'introduction. Ce phénomène est lié au type du document : un formulaire pour la commande de cassette ou l'utilisation de carte de visite ne laissent pas la place pour une introduction.

#### k. Salutations

L'analyse des salutations est semblable à l'analyse des introductions. Cependant, il est nécessaire de préciser certains types de salutations. Radio Semnoz étant une radio chrétienne, des auditeurs lui adresse leur « salutations fraternelles » ou des salutations chrétienne, c'est-à-dire « en Christ » ou avec une formule de bénédiction (« Que Dieu vous bénisse ! »). Parfois les lettres contiennent d'autres formes de salutations telles que « Je vous souhaite une bonne journée à tous » ou « Avec toute ma sympathie. ».

#### l. Feed-back

Le Feed-back correspond à ce que les auditeurs mentionnent en réaction aux émissions ou aux autres activités de la Radio. Cette rubrique est divisée en huit sous-rubriques, détaillées ci-dessous, que sont : le thème principal ; les mentions générales ; le type de l'activité ou de l'émission en question ; le titre de l'émission ou des émissions mentionnées dans la lettre ; le ou les noms des animateurs ; si l'auteur capte ou non Radio Semnoz ; enfin, l'écho à d'autres émissions ou à d'autres médias.

Le thème principal permet de définir l'orientation générale de la lettre ou du document. Un seul thème a été choisi par document ce qui permet de voir quels sont les intérêts généraux des auteurs : la culture, l'actualité, la religion, Radio Semnoz dans son ensemble, ses émissions ou ses autres activités comme l'encadrement de stage ou l'enregistrement de concerts.

Malgré son nom, la rubrique *général* est déjà plus ciblée. Elle recense les précisions ayant trait au thème principal : Quand a-t-il eu lieu ? Qui y a participé ? Est-ce que des mots, le thème ou le titre de l'activité sont mentionnés ?

Le type d'émission ou d'activité permet de déterminer le domaine d'action de Radio Semnoz : Qu'a-t-elle fait qui a marqué l'auditeur ?

Le titre des émissions concernées indique le nom des émissions citées dans les lettres. En général, seul les titres explicites ont été retenus. Il existe une seule émission pour laquelle les synonymes ont été acceptés. Il s'agit de l'émission *Rencontre autour de la Parole* qui est la diffusion des cultes et prédications.

La rubrique des noms des animateurs répertorie les noms qui ont été cités par les auditeurs. Par souci d'objectivité, lorsque des familles entières ont été citées, nous les avons indiquées pour ne pas oublier un membre de celle-ci.

Le point *émetteur* précise si l'auditeur capte Radio Semnoz ou non. Une telle rubrique semble illogique dans une telle étude, mais nous avons répertorié du courrier de personnes qui, par leur situation géographique, ne peuvent pas capter la radio et qui lui écrivent malgré tout. Précisons encore que les auditeurs ne mentionnent pas toujours explicitement s'il capte ou non la radio, mais le contenu du document donne des indices précis (comme : « j'ai entendu sur votre antenne » ou alors des détails concernant ce qui a été diffusé) qui permettent de savoir que la réception est bonne.

Enfin, *l'écho* concerne des allusions dans le courrier soit à d'autres émissions ou activités de Radio Semnoz autre que le thème principal du document, soit à d'autres médias.

#### m. Appréciations

Les remarques positives ou négatives des auditeurs quant aux émissions et aux activités de la radio sont répertoriées dans cette rubrique. En d'autres termes, c'est ce que les auditeurs pensent de Radio Semnoz, de ses programmes et activités.

#### n. Communication

Il arrive que les auditeurs communiquent des informations concernant leur fidélité à la radio, les animateurs, ou alors ils expriment leurs problèmes ou plus simplement donnent des détails sur leur vécu. Celles-ci montrent la proximité des auditeurs de Radio Semnoz et s'ils la considèrent comme une sorte d'ami.

#### o. Les mots psychologiques et les mots religieux cités

Ces deux rubriques répertorient les mots psychologiques et religieux cités par les auditeurs, y compris s'ils font partie du titre d'une émission. Ces mots révèlent les préoccupations des auditeurs dans le domaine du bien-être psychique et du bien-être spirituel. Ces deux dimensions ont été retenues, car elles sont étroitement liées avec les objectifs de l'Eglise adventiste<sup>34</sup> pour améliorer le bien-être de chaque être humain. Dans la majorité des cas, ces émissions sont produites par la Coordination des radios locales adventistes et leur citation dans le courrier montre le rôle du Studio du Salève dans la programmation de la radio.

#### p. Demandes

Les demandes des auditeurs sont regroupées dans cette partie de l'analyse. Elles sont classées par ordre alphabétique. Certaines n'ont aucune occurrence, mais apparaissent malgré tout pour les raisons suivantes. Premièrement, elles apparaissaient dans la grille établie par John Graz et deuxièmement, elles sont révélatrices par l'absence d'occurrences montrant ce qu'il faudrait peut-être offrir.

## *2. Comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs*

La grille précédente analyse la grande majorité des documents d'archives provenant des auditeurs de Radio Semnoz. La grille suivante analyse le reste des documents qui sont par leur aspect soit des feuilles blanches standards, soit des formulaires. Ils répertorient les appels téléphoniques (en très grande majorité), les passages d'auditeurs au studios ou encore des messages écrits. Ce type de documents couvre la période du 3 août 1995 au 19 avril 1996. Il est vrai que cette période ne couvre qu'une partie de notre étude, mais ceci s'explique par le peu de temps et de moyens que possèdent les radios locales pour archiver un compte-rendu précis des téléphones et des visites.

---

<sup>34</sup> Cf. Le point de vue de la Division eurafricaine des Eglises Adventistes du septième jour, p. 9.

La grille présentée ici ressemble en grande partie à la grille d'analyse du courrier, mais ne contient que 201 critères d'analyse et leur titre. Nous n'expliqueront ici que les rubriques différentes de la grille du courrier et spécifiques au type de documents analysés<sup>35</sup>.

#### a. Vecteur

La rubrique vecteur regroupe le moyen utilisé par l'auditeur pour communiquer avec Radio Semnoz. Les quatre options rencontrées sont le téléphone, les messages sur le répondeur téléphonique, le passage en personne dans les locaux de la radio et enfin l'envoi d'un petit courrier.

#### b. Autres

Si l'auditeur a laissé ses coordonnées, ce critère le mentionne

### C. EXEMPLE DE LECTURE DU TABLEAU

Bien souvent, il est difficile de bien comprendre les statistiques. Pour éviter toute confusion, voici un exemple de tableau (en taille réduite) avec les explications des différents éléments.

19 FINANCES			
Nombre de lettres	77	53%	
Occurrences	85	110%	100%
Paiement d'un produit (K7)	51		60%
Cotisations	18		21%
Dons	14		16%
Participation aux frais	2		2%

Les trois premières lignes grises correspondent à l'entête de la rubrique et contiennent les chiffres (en encadré) qui sont en rapport avec l'ensemble de celle-ci. Les encadrements permettent de voir plus clairement la

Correspond au pourcentage de lettres qui sont concernées sur le total des lettres, soit 77/144.

Correspond à l'addition des pourcentages des différentes lignes, soit 16%+21%+60%+2%. L'apparente différence entre l'addition et le chiffre de 100% provient des arrondis calculés automatiquement.

Correspond au pourcentage des occurrences de cette ligne sur le total des occurrences, soit 2/85.

Correspond au pourcentage des occurrences sur lettres qui contiennent au moins une mention concernées, soit 85/77.

<sup>35</sup> Pour le détail des explications, voir le chapitre : *Explications des grilles d'analyse, Courrier privé*, p. 20 et suivantes.

relation entre les chiffres. Enfin, les lignes sont classées selon les pourcentages en ordre décroissant.

## D. STATISTIQUES

### 1. Courrier privé

Nombre total de documents écrits		144
<b>1 CORRESPONDANTS</b>		144 100%
Femme	64	44%
Homme	48	33%
Non identifié	21	15%
Couple	11	8%
Association des auditeurs <sup>36</sup>	28	19%
<b>2 ORIGINE</b>		144 100%
Annecy	34	24%
Annecy le Vieux	17	12%
Seynod	9	6%
Rumilly	6	4%
Cognin	3	2%
Cran-Gevrier	3	2%
Les Allières	3	2%
Pringy	3	2%
Sevrier	2	1%
Sillingy	2	1%
Veyrier	2	1%
Viuz la Chiesaz	2	1%
Argonay	1	1%
Chainez les Frasses	1	1%
Chambéry	1	1%
Cluses	1	1%
Copponex	1	1%
Cusy	1	1%
Cuvat	1	1%
La Biolle	1	1%
Meythet	1	1%
Poisy	1	1%

<sup>36</sup> La ligne *Association des auditeurs* permet de voir combien de correspondants désirent soutenir la Radio. Seules les mentions explicites que le correspondant est membre ou qu'il désire adhérer ont été validées.

Saint Jorioz	1	1%	
Ailleurs <sup>37</sup>	20	14%	
Inconnu mais dans la région <sup>38</sup>	20	14%	
Sans lieu <sup>39</sup>	7	5%	
<b>3 AGGLOMERATION</b>	<b>98</b>	<b>68%</b>	<b>100%</b>
10'000 à 50'000 habitants	37		38%
+50'000 habitants	35		36%
-10'000 habitants	22		22%
Commune rurale	4		4%
<b>4 AGE DONNE</b>	<b>6</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>
+ 65 ans	4		67%
25-65 ans	2		33%
-25 ans <sup>40</sup>	0		0%
<b>5 PROFESSION</b>	<b>16</b>	<b>11%</b>	<b>100%</b>
Profession libérale	13		81%
Cadre	2		13%
Ecclésiastique	1		6%
<b>6 RELIGION</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>	
a) Sans référence religieuse	89	62%	
b) Avec référence religieuse <sup>41</sup>	55	38%	100%
Avec référence religieuse imprécise <sup>42</sup>	30		55%
Chrétien (-ne)	22		40%
Adventiste	1		2%
Catholique	1		2%
Protestant Luthérien	1		2%

<sup>37</sup> *Ailleurs* désigne toutes les lettres qui sont en dehors de la zone de couverture ou/et de la Haute Savoie.

<sup>38</sup> *Inconnu mais dans la région* est utilisée lorsque aucun nom de commune n'est mentionné, mais que le contenu de la lettre indique que la personne capte Radio Semnoz.

<sup>39</sup> *Sans lieu* indique que le lieu est vraiment indéterminable.

<sup>40</sup> A première vue, il est étonnant de trouver un résultat nul, mais que dans un deuxième temps cela permet une analyse objective, dévoilant des différences entre les types de documents et aussi les lacunes, soit du document même, soit dans les relations entre la radio et les auditeurs.

<sup>41</sup> Par référence religieuse, nous entendons toute mention religieuse dans le document.

<sup>42</sup> La ligne *avec référence religieuse imprécise* désigne le courrier qui a une mention religieuse mais qui ne permet pas de définir la religion de l'auteur, comme par exemple la commande d'un culte qui est une référence religieuse en soi, mais qui n'indique pas la religion du commanditaire qui peut être intéressé par le sujet où le thème sans pour autant être croyant.

7 ESTIMATION		
a) <u>Age</u>	144	100%
25-65 ans	80	56%
+ 65 ans	21	15%
-25 ans	0	0%
Indéterminable	43	30%
b) <u>N.I.S.</u>	144	100%
Secondaire	68	48%
Supérieur	22	15%
Primaire	10	7%
Indéterminable	44	31%
8 PRESENTATION		
a) <u>Ecriture</u>	144	100%
Lettre manuscrite	138	96%
Lettre dactylographiée	6	4%
b) <u>Format</u>	144	100%
Formulaire <sup>43</sup>	44	31%
A5	35	24%
Papier ordinaire (A4)	27	19%
Carte de vœux (A6)	15	10%
Carte de visite	9	6%
Carte postale	9	6%
Papier lettre <sup>44</sup> (A5)	4	3%
E-mail	1	1%
c) <u>Quantité</u>	144	100%
1 page	127	88%
2 pages	17	12%
d) <u>En-tête</u>	144	100%
Imprimé	64	44%
Manuscrit	43	30%
Tamponné	10	7%
Etiquette	3	2%
Sans entête	24	17%

<sup>43</sup> Tous les formulaires sont imprimés par Radio Semnoz et concernent des productions de la radio. Ils sont utilisés soit pour la commande de concerts souvenirs, soit pour la commande de conférences, soit pour la commande interne à l'Eglise de cultes.

<sup>44</sup> La différence entre le format A5 et le papier à lettre est l'aspect de ce dernier qui n'est pas une feuille blanche, mais qui a des motifs imprimés.

<b>9 DATE DE REDACTION après évènement</b>	144	100%	
Avant 1 semaine	17	12%	
Jour même	16	11%	
Après 1 semaine	5	3%	
Impossible à déterminer	106	74%	
<b>10 AUTRES LETTRES du même correspondant</b>	144	100%	
Aucune autre lettre	103	72%	
1 lettre	22	15%	
2 lettres	15	10%	
3 lettres	4	3%	
+ de 3 lettres	0	0%	
<b>11 FINANCES</b>			
	<b>Nombre de lettre</b>	<b>77</b>	<b>53%</b>
	<b>Occurrences</b>	<b>85</b>	<b>110%</b>
			<b>100%</b>
Paiement d'un produit (K7)	51		60%
Cotisations	18		21%
Dons	14		16%
Participation aux frais	2		2%
<b>12 INTRODUCTION</b>	144	100%	
Mr, Mrs, Mme, Mmes	39	27%	
Radio	9	6%	
Ami	5	3%	
A tous/ A l'équipe	3	2%	
Animateurs	3	2%	
Prénom	2	1%	
Sans introduction	83	58%	
<b>13 SALUTATIONS</b>			
	<b>Nombre de lettres sans salutations</b>	<b>53</b>	<b>37%</b>
	<b>Nombre de lettres avec salutations</b>	<b>91</b>	<b>63%</b>
	<b>Occurrences</b>	<b>110</b>	<b>121%</b>
			<b>100%</b>
Salutations classiques	34		31%
Merci/remerciements	31		28%
Encouragement / Félicitation	12		11%
Ami	10		9%
Salutations fraternelles	9		8%
Salutations chrétiennes	8		7%
Dévouement	2		2%
Autres salutations	4		4%

14 FEED-BACK			
a) <u>Thème principal</u>		144	100%
Les émissions		49	34%
La radio		36	25%
La culture		3	2%
La religion		3	2%
L'actualité		1	1%
Autres activités de la radio <sup>45</sup>		52	36%
b) <u>Général</u>			
	Nombre de documents	73	51%
	Occurrences	175	240%
			100%
Thème		47	27%
Date		39	22%
Noms		35	20%
Titre		34	19%
Mots		18	10%
Code émission		2	1%
c) <u>Type d'émission ou d'activité</u>			
	Nombre de documents	83	58%
	Occurrences	105	127%
			100%
Religieuse		46	44%
Musique		26	25%
Psychologie		15	14%
Société		10	10%
Culture		8	8%
d) <u>Titre des émissions concernées</u>			
	Nombre de documents	41	28%
	Occurrences	48	117%
			100%
<i>Rencontre autour de la Parole<sup>46</sup></i>		23	48%
<i>Chronique biblique</i>		3	6%
<i>Construire sa cathédrale intérieure</i>		3	6%
<i>Jazz au bord du lac</i>		2	4%
<i>Le stress un ennemi qui vous veut du bien</i>		2	4%
<i>Une pensée pour chaque jour</i>		2	4%
<i>Après la Mort</i>		1	2%
<i>Donnez-moi un thème</i>		1	2%

<sup>45</sup> Parmi les autres activités de Radio Semnoz, il y a l'enregistrement de concert, l'encadrement de stages, l'organisation de conférences (Bible et Archéologie, invitation d'orateur ou d'animateur sur des thèmes du bien-être), bref des activités qui sont en périphéries de la production et de la diffusion d'émissions.

<sup>46</sup> *Rencontre autour de la Parole* est le titre officiel de la diffusion des cultes et prédications.

Emission de l'IUT	1	2%
<i>Gospel Time</i>	1	2%
Infos / actualité	1	2%
<i>Jazz Note</i>	1	2%
<i>La joie de l'oreille</i>	1	2%
<i>Le coin du disquaire</i>	1	2%
<i>Le rideau se lève sur l'opéra</i>	1	2%
<i>Panorama</i>	1	2%
<i>Paraboles de Jésus</i>	1	2%
<i>Psycho-flash</i>	1	2%
<i>Serpent, couple et sexualité</i>	1	2%
e) Noms animateurs ou invités (Nombre lettre)		
Nombre de documents avec des noms cités	31	22%
Occurrences	49	158%
		100%
Boiraud Christian	16	33%
Luthringer Jean-François	4	8%
Selmar Christophe	4	8%
Lanares Pierre	3	6%
Senty Yves	3	6%
Guenin Dany	2	4%
Roulet Guy	2	4%
Bretton Fernand	1	2%
Duchâble François-René	1	2%
Dufournet (famille)	1	2%
Eliezer Harry	1	2%
Fernandez Marcel	1	2%
Geay (famille)	1	2%
Lanares (famille)	1	2%
Lehmann Richard	1	2%
Sauvagnat Bernard	1	2%
Senty (famille)	1	2%
Simantov Michel	1	2%
Tanaï	1	2%
Van der Veken Henri <sup>47</sup>	1	2%
Zivkov Zoran	1	2%
Zuber Jean-Daniel	1	2%

<sup>47</sup> Henri Van der Veken donna une conférence *Bible et Archéologie* à Annecy.

f) Emetteur (Capte ou non)	144	100%	
J'en déduis qu'elle capte bien <sup>48</sup>	71	49%	
Ne capte pas	4	3%	
Très mauvaise réception	1	1%	
Dit qu'elle capte bien	0	0%	
Indéterminable	68	47%	
g) Echo			
Nombre de documents	32	22%	
Occurrences	38	119%	100%
Autres émissions de la radio	14		37%
Autres activités de la radio	10		26%
Autres émissions religieuses	8		21%
Autres médias	6		16%
15 APPRECIATIONS <sup>49</sup>			
Nombre de documents sans appréciation	64	44%	
Nombre de documents avec appréciation(s)	80	56%	
Total des appréciations	171	214%	
a) Positive			
Nombre de documents et occurrences par document	80	208%	
Nombre d'appréciations positives et rapport sur le total des appréciations	166	97%	100%
Remerciement pour émission	32		19%
Remerciement pour activité	30		18%
Apprécie la Radio en général	28		17%
Joie / plaisir	24		14%
Qualités des programmes	15		9%
Excellente	8		5%
Croissance spirituelle	7		4%
Epanouissante/enrichissante/instructive	6		4%
"Intéressante"	3		2%
"Touchant"/"interpellant"	3		2%
Utilité (de la radio)	3		2%
"Ça fait du bien"	2		1%
"Réconfortante"	2		1%
Simplicité	2		1%
Dynamique	1		1%

<sup>48</sup> *J'en déduis qu'elle capte bien* signifie que la personne ne mentionne pas explicitement qu'elle capte Radio Semnoz, mais le contenu de la lettre mentionne des détails qui montrent qu'elle capte.

<sup>49</sup> Parce qu'un document peut contenir à la fois une appréciation positive et négative, le calcul est plus complexe et donc aussi plus détaillé, tout en essayant de rester compréhensible.

<b>b) Négatives</b>			
Nombre de documents et occurrences par document	3	167%	
Nombre d'appréciations positives et rapport sur le total des appréciations	5	3%	100%
Emission supportable	1		20%
Manque de précisions	1		20%
Nul	1		20%
Oubli d'un événement	1		20%
Répétitions	1		20%
<b>16 COMMUNICATION</b>			
<b>a) Fidélité</b>			
	144	100%	
Régulière	17	12%	
Aussi souvent que possible	7	5%	
Irrégulière	7	5%	
Sans mention	113	78%	
<b>b) Animateurs</b>			
Nombre de documents	19	13%	
Occurrences	22	116%	100%
Nommés	16		73%
Proximité des animateurs <sup>50</sup>	3		14%
Cités	2		9%
Tutoiement	1		5%
<b>c) Problèmes</b>			
Nombre de documents	6	4%	
Occurrences	9	150%	100%
Santé	4		44%
Famille	3		33%
Spirituels	2		22%
S.O.S.	0		0%
Solitude	0		0%
<b>d) Auditeur raconte des détails sur :</b>			
Nombre de documents	36	25%	
Occurrences	42	117%	100%
Sa vie	21		50%
Sa spiritualité	12		29%
Ses relations avec autrui	9		21%

<sup>50</sup> La proximité des auditeurs face aux animateurs a été déterminée par le ton de la lettre ou par des salutations personnelles.

17 MOTS PSYCHOLOGIQUES CITES			
	Nombre de documents	11	8%
	Occurrences	11	100%
Couple		4	40%
Education		2	20%
Amour <sup>51</sup>		1	10%
Comportement		1	10%
Psychologie		1	10%
Tempérament		1	10%
18 MOTS RELIGIEUX CITES			
	Nombre de documents	53	37%
	Occurrences	131	247%
Prédication /culte		16	12%
Dieu		13	10%
Jésus-Christ		12	9%
Spirituel(le), spiritualité		9	7%
Amour / amitié		8	6%
Référence biblique		8	6%
Bénir/bénédictio		6	5%
Pasteur / prédicateur		5	4%
Chrétien (-ne)		4	3%
Eglise		4	3%
Espérance		4	3%
Parole de Dieu		4	3%
Seigneur		4	3%
Bible		3	2%
Bonne Nouvelle/Evangile/Message biblique		3	2%
Méditation		3	2%
Salut/sauveur		3	2%
Culpabilité		2	2%
Foi		2	2%
Grâce		2	2%
Loi / Commandement(s)		2	2%
Paix		2	2%
Réconciliation / pardon		2	2%
Témo		2	2%
Vie		2	2%
Apocalypse		1	1%
Confiance		1	1%

<sup>51</sup> Le mot amour désigne ici la relation de couple.

Messe	1	1%
Prière/prier	1	1%
Royaume de Dieu	1	1%
Vérité	1	1%
<b>19 DEMANDES</b>		
Nombre de documents qui ont des demandes	115	80%
Nombre totale de demandes	132	115%
Commande de K7 d'un concert <sup>52</sup>	39	30%
Commande de K7 d'une émission religieuse	26	20%
Association des auditeurs	22	17%
Textes <sup>53</sup>	11	8%
Documentations	8	6%
Références	4	3%
Autres <sup>54</sup>	3	2%
Commande de K7 d'une émission musicale	3	2%
Commande Conférence	2	2%
Commande de K7 autre	2	2%
Copie d'un CD musical	2	2%
Grille programme	2	2%
Information <sup>55</sup>	2	2%
Visite ou entretien	2	2%
Abonnement	1	1%
Adresse locale <sup>56</sup>	1	1%
Cours de Bible	1	1%
Relance ou rappel	1	1%
Aide	0	0%
Bible	0	0%
Prière	0	0%

<sup>52</sup> Il faut savoir que Radio Semnoz enregistre un grand nombre de concerts, ce qui lui permet premièrement de diffuser des artistes locaux, deuxièmement de trouver des fonds par la vente des cassettes souvenirs, troisièmement d'être visible non-seulement par une présence physique, mais aussi par une publicité sur les prospectus en temps que partenaire de la manifestation et enfin de se faire connaître auprès des personnes qui commandent les cassettes et qui sont des auditeurs potentiels.

<sup>53</sup> Certaines émissions et principalement les émissions de la Coordination sont résumées par écrit. Il est donc possible de demander une trace écrite de l'émission en demandant un manuscrit.

<sup>54</sup> *Autres demandes* : les 3 demandes répertoriés concernaient des dates de rediffusion d'émissions ou de prise en considération d'un changement d'adresse.

<sup>55</sup> Ce sont des demandes de compléments d'information concernant une émission.

<sup>56</sup> *Adresse locale* : adresse d'une personne physique (animateur ou intervenant) ou d'une personne morale (société, organisme social, etc.) se trouvant dans la région d'Annecy.

2. Comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs

Nombre de documents		86	
<b>1CORRESPONDANTS</b>		86	100%
Femme		45	52%
Homme		37	43%
Couple		3	3%
Non identifié		1	1%
Association des auditeurs		19	22%
<b>2ORIGINE</b>		86	100%
Annecy		16	19%
Annecy le Vieux		13	15%
Cran-Gevrier		5	6%
Rumilly		3	3%
Saint Jorioz		3	3%
Seynod		3	3%
Cognin		2	2%
Sevrier		2	2%
Annemasse		1	1%
Doussard		1	1%
Gaillard		1	1%
Groisy		1	1%
Meythet		1	1%
Moye		1	1%
Nâves Parmelan		1	1%
Poisy		1	1%
Quintal		1	1%
Saint Pierre en Faucigny		1	1%
Talloires		1	1%
Inconnu mais dans la région		13	15%
Sans lieu		8	9%
Ailleurs		7	8%
<b>3AGGLOMERATION</b>		58	67%
10'000 à 50'000 habitants		26	45%
+50'000 habitants		16	28%
-10'000 habitants		13	22%
Commune rurale		3	5%

<b>4AGE DONNE<sup>57</sup></b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5PROFESSION</b>	<b>2</b>	<b>2%</b>
Profession libérale	2	2%
<b>6RELIGION</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
Sans référence religieuse	53	62%
Avec référence religieuse imprécise	33	38%
<b>7ESTIMATION</b>		
<b>a)Age</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
25-65 ans	3	3%
+ 65 ans	0	0%
-25 ans	0	0%
Indéterminable	83	97%
<b>b)N.I.S.</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
Secondaire	2	2%
Supérieur	2	2%
Primaire	0	0%
Indéterminable	82	95%
<b>8VECTEUR</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
Téléphone	69	80%
Message sur le répondeur	11	13%
Courrier	5	6%
Est passé(e) au studio	1	1%
<b>9DATE DE REACTION après évènement</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
Après 1 semaine	13	15%
Avant 1 semaine	11	13%
Jour même	10	12%
Impossible à déterminer	52	60%
<b>10AUTRES TELEPHONES</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
Aucun autre appel	78	91%
1 appel	8	9%

<sup>57</sup> Nous tenons à rappeler ici ce qui a déjà été dit dans la note 40, p. 30, à savoir que dans un premier temps, il est étonnant de trouver un résultat nul, mais que dans un deuxième temps cela permet une analyse objective, dévoilant des différences entre les types de documents et aussi les lacunes, soit du document même, soit dans les relations entre la radio et les auditeurs.

11AUTRES			
Nombre de documents	80	93%	
Occurrences	101	126%	100%
A laissé son adresse	63		62%
A laissé son téléphone	38		38%
12FINANCES			
	2	2%	
Paielement d'un produit (K7)	2	2%	
13FEED-BACK			
a)Thème principal			
	86	100%	
Emissions	50	58%	
Radio	14	16%	
Religion	2	2%	
Formation	1	1%	
Actualité	0	0%	
Culture	0	0%	
Autre activité	19	22%	
b)Général			
Nombre de documents	63	73%	
Occurrences	159	252%	100%
Thème	55		35%
Date	34		21%
Noms	30		19%
Titre	21		13%
Mots	19		12%
c)Type d'émission			
Nombre de documents	62	72%	
Occurrences	68	110%	100%
Religieuse	29		43%
Musique	26		38%
Psychologie	6		9%
Société	6		9%
Education	1		1%
d)Titre de l'émission ou événement concerné			
Nombre de documents	29	34%	
Occurrences	31	107%	100%
<i>Rencontre autour de la Parole (émission)</i>	19		61%
<i>Lorsque le Christianisme culpabilise (conférence)</i>	3		10%
<i>Ligne directe (conférence)</i>	2		6%
Action cellule emploi (thème d'une émission)	1		3%
Chroniques (émission)	1		3%
<i>Construire sa cathédrale intérieure (émission)</i>	1		3%
Itinéraire pour l'emploi	1		3%

(thème d'une émission)			
<i>Phonographe</i> (émission)	1	3%	
<i>Psycho-flash</i> (émission)	1	3%	
Thèse (présentation publique)	1	3%	
<b>e) Nom animateur/invité/conférencier</b>			
Nombre de documents	22	26%	
Occurrences	23	105%	100%
Christian Boiraud	12	52%	
Hervé Dufournet	2	9%	
Pierre Lanarès	2	9%	
Roland Meyer	2	9%	
Arnaud Gay	1	4%	
Geneviève Aurouze	1	4%	
Marc Minguet	1	4%	
Marcel Fernandez	1	4%	
Michel Luthringer	1	4%	
<b>f) Emetteur (Capte ou non)</b>			
J'en déduis qu'elle capte bien	46	53%	
Ne capte pas	5	6%	
Sans mention	35	41%	
<b>g) Echo</b>			
Nombre de documents	4	5%	
Occurrences	5	125%	100%
Autres activités de la radio	3	60%	
Autres émissions de la radio	1	20%	
Autres médias	1	20%	
<b>14 APPRECIATIONS</b>			
<b>a) Positive</b>			
Nombre de documents	2	2%	
Occurrences	3	150%	100%
Qualités des programmes	1	33%	
Remerciement pour activité	1	33%	
Remerciement pour émission	1	33%	
<b>b) Négatives</b>			
	0	0%	
<b>15 COMMUNICATION</b>			
<b>a) Fidélité</b>			
Sans mention	86	100%	
<b>b) Animateurs</b>			
Nommés	3	100%	
<b>c) Problèmes</b>			
	0	0%	
<b>d) L'auditeur raconte des détails sur</b>			
Sa vie	1	100%	

16MOTS PSYCHOLOGIQUES CITES			
Nombre de documents	5	6%	
Occurrences	5	100%	100%
Culpabilité	4		80%
Ecoute	1		20%
17MOTS RELIGIEUX CITES			
Nombre de documents	33	38%	
Occurrences	46	139%	100%
Culte / Prédication	19		41%
Dieu	5		11%
Spirituel(le), spiritualité	4		9%
Chrétien(-ne) / Christianisme	3		7%
Culpabilité	3		7%
Bible	2		4%
Mort	2		4%
Amour	1		2%
Barrabas	1		2%
Espérance	1		2%
Grâce	1		2%
Jésus-Christ	1		2%
Loi	1		2%
Nouvelle Jérusalem	1		2%
Réconciliation/pardon	1		2%
18DEMANDES			
Nombre de documents	81	94%	
Occurrences	102	126%	100%
Cassette Emission religieuse	18		18%
Plaquette / Grille des programmes	14		14%
Documentations	12		12%
Références	12		12%
Information	10		10%
Commande Concert	7		7%
Commande Conférence	5		5%
Cassette Emission musicale	3		3%
Cours de Bible	2		2%
Relance / Rappel	2		2%
Textes	2		2%
Bible	1		1%
Commande CD	1		1%
Autre	13		13%

19REACTION SOLLICITEE			
Nombre de documents		79	92%
Occurrences		84	106%
Documents à envoyer		58	69%
A rappeler		15	18%
Message à transmettre		7	8%
Documents à transmettre		4	5%

***CHAPITRE III. LE COURRIER PRIVE : ANALYSES,  
REFLEXIONS ET CONCLUSIONS PARTIELLES***

## A. LE PROFIL DU CORRESPONDANT<sup>58</sup>

### 1. Les informations de base : les caractéristiques du correspondant

Les auditrices correspondent plus aisément avec Radio Semnoz que les auditeurs (44% contre 33%). Des couples (8%) réagissent ensemble aux émissions de la radio, indiquant de cette manière que Radio Semnoz est écoutée à certains moments par toute la famille.

Seuls 19% des correspondants mentionnent leur adhésion ou leur volonté d'adhésion à l'association des auditeurs. Ceci pourrait sembler peu si on excepte que suivant l'objet de la lettre, il n'est pas nécessaire de mentionner son adhésion.

La majorité des correspondants écrivent d'Annecy (24%) et d'Annecy-le-Vieux (12%), ce qui correspond à l'auditoire potentiel principal, puisque l'antenne se trouve sur la commune d'Annecy-le-Vieux et que la grande majorité de l'actualité concerne Annecy. Cependant, il est remarquable que Radio Semnoz concerne des personnes retirées dans les villages et communes environnants (qui, additionnées, représentent 28% des auditeurs !). Même s'il est fort probable qu'une partie de ces personnes travaille en ville mais habite dans ses environs, la portée et l'impact d'une radio locale dépasse les limites de son auditoire principal. La comparaison globale entre les agglomérations confirme ce point. Elle montre que les correspondants écrivent de partout, des grandes agglomérations de plus de 50'000 habitants (36%) au village de moins de 10'000 habitants (22%). Et si la majorité des correspondants se trouve dans les agglomérations comprises entre 10'000 et 50'000 habitants (38%), les proportions sont étroites et équilibrées.

---

<sup>58</sup> Les différentes parties de ce chapitre n'énumèrent pas exhaustivement les chiffres consultables dans le tableau : *Statistiques, Courrier privé* en pages 29 et suivantes, mais consiste à mettre en évidence des éléments intéressants pour notre étude et à en tirer des conclusions partielles. Sauf indications contraires, soit dans le texte, soit dans une note de bas de page, les pourcentages mentionnés sont calculés sur le total des documents (100% = 144 documents).

Remarquons aussi que 14% des correspondants se trouvent *ailleurs*, c'est-à-dire en dehors de la zone d'émission. Ils ont peut-être assisté à un concert et le commandent ; ou sont venu en vacances dans la région d'Annecy et écrivent une fois de retour chez eux ; ou encore ils ont entendu parler de la radio par un autre moyen et désirent avoir plus d'informations ou commander une cassette.

Les auditeurs qui écrivent ne transmettent que très peu d'informations explicites ou implicites claires<sup>59</sup> en ce qui concerne leur âge (4%) ou leur profession (11%). De ce peu d'indications, il ressort que 67% des auditeurs donnant des indices clairs de leur âge<sup>60</sup> ont plus de 65 ans et les moins de 25 ans sont totalement absents. En ce qui concerne les professions, 81% des mentions explicites<sup>61</sup> indiquent que des correspondants exercent ou ont exercé une profession libérales, alors que d'autres occupent ou ont occupé des positions de cadres (13%) ou exercent ou ont exercé un ministère ecclésiastique (6%).

Cependant, les estimations effectuées montreraient que sur le total des correspondants, 56% seraient compris dans la tranche des 25-65 ans. Seulement 15% auraient plus de 65 ans et les moins de 25 ans seraient à nouveau absents. Précisons que dans 30% des cas il n'a pas été possible d'estimer l'âge.

Le niveau d'instruction scolaire (NIS) fut plus difficile à estimer, soit à cause du type de document qui ne contenait aucune piste (31% des cas), soit par la contextualisation nécessaire afin d'être le plus objectif possible et le plus proche de la réalité. En effet, si aujourd'hui un grand nombre de jeunes se présente au baccalauréat, il n'en était certainement pas de même il y a 50 ans en arrière. Les 7% de la catégorie *Primaire* représentent généralement les plus de 65 ans. De même, les personnes âgées entre 25 et 65 ans se retrouvent dans la catégorie *Secondaire* (48%).

---

<sup>59</sup> Par *implicites clairs* nous entendons des informations comme une adresse dans un foyer pour personnes âgées ou comme des remarques telles que : « J'écoute votre radio durant mon travail » (ce qui place cette personnes dans le cadre des personnes actives, soit entre 25 et 65 ans). Parmi les indication de métier, des lettres avaient des entête tels que : « Dr. en médecine générale », « Impresario » ou « Auteur, compositeur, interprète ».

<sup>60</sup> Dans ce cas, il s'agit des 67% des 4%, soit 4 personnes sur un total de 6.

<sup>61</sup> Ici et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 16 mentions explicites représentent les 100%.

En ce qui concerne les références religieuses, 62% de l'ensemble des correspondants n'en mentionnent pas. Les 38% restants se répartissent de la manière suivante : 55%<sup>62</sup> sont des références religieuses imprécises (mention d'une croyance quelconque), 40% font allusion au christianisme sans que nous puissions définir une dénomination précise, 2% sont clairement adventistes, 2% catholiques et 2% protestantes luthériennes. L'appartenance à une dénomination ne paraît pas être essentielle, alors que plus du tiers des auditeurs qui réagissent (les 38% mentionnés ci-dessus) sont croyants. Ainsi Radio Semnoz est premièrement une radio chrétienne avec un message « interconfessionnel » plus qu'une radio d'une dénomination visant d'autres Eglises.

## *2. Le format du courrier : les types de documents en détails*

96% des documents sont manuscrits<sup>63</sup>. Du point de vue du format, 31% sont des formulaires. Le courrier plus personnel utilise du simple papier blanc de taille A5 (24%) ou A4 (19%). 10% des documents sont des cartes de vœux. Radio Semnoz reçoit des cartes postales (6%) ou des cartes de visite au format A6 (6%) sur lesquelles les auditeurs ajoutent un message. Les auditeurs utilisent aussi un papier à lettre de taille A4 avec des motifs imprimés dans 3% des cas et le courrier électronique (1%). Ils écrivent une ou deux pages (respectivement 88% et 12%) par envoi.

L'entête est majoritairement soit imprimé (44%), soit manuscrit (30%). Nous avons aussi rencontré des lettres avec entête tamponné (7%) ou sous forme d'étiquette (2%). Parfois, le courrier ne possède pas d'entête. Ce fut le cas pour 17% des documents.

Les cartes de visites appartiennent généralement à des personnes d'un certain rang social ou professionnel, alors que le papier blanc avec entête manuscrit est un outil de correspondance disponible à tout à chacun. En d'autres

---

<sup>62</sup> Dans ce cas et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 55 références religieuses correspondent aux 100%.

<sup>63</sup> Nous considérons les formulaires remplis à la main comme manuscrit.

termes, 6% des auditeurs semblent appartenir à la classe sociale qualifiée de moyenne ou d'aisée.

### *3. Autres indications sur le courrier et les auditeurs*

La date de rédaction après l'événement, l'émission ou le concert, fut indéterminable dans 74% des cas. Dans les autres cas, nous avons constaté que les auditeurs réagissent dans la semaine (12%) qui suit, ou le même jour (11%). Seul 3% ont été rédigés après plus d'une semaine.

Souvent, les auditeurs n'écrivent qu'une seule lettre (72%). Néanmoins, les personnes qui écrivent plus d'une seule fois représentent ensemble plus du quart du courrier. En détails, 15% ont écrit une lettre de plus, 10% ont en écrit deux par la suite et 3% ont écrit plus de trois lettres supplémentaires.

Certaines lettres (53%) contiennent des allusions à l'envoi d'argent. Parfois, la même lettre contient un paiement de produit et un don, c'est pour cela qu'il y a, en moyenne 1.1 occurrence par lettre. 60% des occurrences<sup>64</sup> concernent le paiement d'un produit comme une cassette, 21% représentent le paiement de la cotisation, 16% sont des dons et 2% des participations aux frais. Cette rubrique pécuniaire illustre à la fois l'intérêt et le soutien financier des auditeurs pour la radio.

L'introduction de la lettre et les salutations lient la forme et le fond de la lettre. Leur présence appartient au fond, mais leur ton donne déjà un indice sur la relation entre l'auditeur et Radio Semnoz. Plus de la moitié des documents (58%) ne possèdent pas d'introduction. La formule classique de Monsieur, Madame est la plus courante (28%). Les moins classiques et plus personnelles dédient la lettre à la Radio (6%), à des amis (3%), à tous ou à toute l'équipe (2%), aux animateurs (2%) ou à une personne en particulier appelée par son prénom (1%).

Des salutations ont été repérées dans 91 documents, soit 63% du total. Dans celles-ci, une moyenne de 1.21 occurrences par lettre a été enregistrée et

---

<sup>64</sup> Dans ce cas et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 85 occurrences représentent les 100%.

des formulations classiques représentent 31%<sup>65</sup> alors que de simples remerciements concluent 28% des lettres. Parfois des encouragements (11%), un « cher ami » (9%), des salutations fraternelles (8%) ou chrétiennes (7%), un sincère dévouement (2%), ou d'autres salutations (4%) terminent le correspondance. Souvent le contenu détermine l'introduction ou la conclusion. Une lettre qui commande simplement une cassette, par exemple, sera plus formelle qu'une lettre dans laquelle la personne raconte sa vie.

## **B. FEED-BACK ET COMMUNICATION**

### *1. Feed-back*

Tout d'abord, l'étude des thèmes principaux permet d'avoir un aperçu très général de la réaction des auditeurs. Bien souvent, le courrier parle de plusieurs thèmes ou éléments ayant trait à la radio et donc cette rubrique répond à la question : « Quand je lis la lettre, quel est le thème dominant ? »

Le principal thème perçu concerne les activités de Radio Semnoz qui ne correspondent pas directement à ce que l'on pourrait attendre d'une radio standard, à savoir la production et la diffusion d'émissions, mais plutôt à l'enregistrement de concerts, à la production de cassettes souvenirs ou à l'organisation de conférences publiques. Ce type d'activité qui apparaît dans 36% des documents porte au-delà des ondes sa présence et ses idées. Même si l'importance de ce pourcentage vient des nombreux formulaires de commande de concerts – qui pourrait paraître comme un simple acte culturel mais qui est aussi la défense d'une qualité musicale et d'une qualité de vie – l'impact des conférences dans la vie des auditeurs par l'apport d'un mieux être est important. C'est aussi par ce genre d'activités qui implique un contact entre êtres humains que la mission de l'Eglise peut s'accomplir et non pas seulement au-travers des émissions qui sont le deuxième objet de réaction avec 34% et dont nous verrons le détail ci-après. Ensuite, la Radio en tant qu'institution ou présence représente le

---

<sup>65</sup> Ici et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 110 occurrences équivalent aux 100%.

quart (25%) du courrier. Enfin, seuls 5% des thèmes généraux du courrier concernent des thèmes plus ciblés comme la religion (2%), la culture (2%) ou l'actualité (1%).

En entrant un peu plus dans le détail, 51% des documents contiennent des références précises au thème principal et ce dans une proportion de 2,4 références par document. Les auditeurs retiennent en premier lieu le thème du sujet (27%<sup>66</sup>), puis la date de l'événement ou de la diffusion (22%), ensuite un ou des noms de participants (20%), le titre (19%), des mots utilisés (10%) et enfin le code d'une émission (1%). Ceci montre l'importance du message diffusé qui d'après ces résultats semble avoir plus d'impact dans la mémoire des auditeurs que la date de l'émission ou les noms des participants.

58% des courriers précisent le type d'émission ou d'activité et à raison de 1.27 occurrences par lettre. Dans 44% des cas<sup>67</sup>, les émissions ou activités sont religieuses, alors que les émissions musicales suivent avec 25% des occurrences. Ensuite viennent les émissions psychologiques (14%), les émissions en rapports avec la société (10%) et enfin les émissions culturelles (8%).

En entrant encore un peu plus dans l'analyse par le recensement des titres des émissions citées, on constate que seul 41 documents (28%) mentionnent le titre d'une émission et que le nombre d'occurrences est de 48 soit 1.17 occurrences par lettre. Beaucoup d'émissions ne sont mentionnées qu'une, deux ou trois fois. Pourtant, l'émission *Rencontre autour de la Parole* se singularise particulièrement en regroupant 23 occurrences (ce qui représente 48%). Cette émission diffuse les prédications et cultes le samedi et le dimanche matin. Outre les *Rencontres autour de la Parole*, les autres émissions adventistes sont à 18% produites par le Studio du Salève<sup>68</sup> et à 12% produites par Radio

---

<sup>66</sup> Soit 47 occurrences sur 175. Dans ce cas et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 175 occurrences valent 100%.

<sup>67</sup> Soit 46 occurrences sur un total de 105 (qui, ici et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, représentent 100%) contenues dans 83 documents.

<sup>68</sup> Le Studio du Salève est l'outil de production d'émission pour la coordination. Il produit, entre autres, les émissions religieuses suivantes (avec, entre parenthèse, le pourcentage de l'émission citée) : *Une minute pour chaque jour* (4%), *Paraboles de Jésus* (2%), *Donnez-moi un thème* (2%),

Semnoz<sup>69</sup>. En d'autres termes, les auditeurs citent les productions adventistes dans une proportion de 78%.

L'analyse des noms cités dans le courrier fut surprenante. Signalons tout d'abord que seuls 31 documents (22%) mentionnent des noms d'animateurs ou d'invités, mais avec un nombre d'occurrences de 49, soit 1.58 nom par lettre. La surprise fut un taux de 33% du total des occurrences mentionnant Christian Boiraud, pasteur à l'Eglise adventiste d'Annecy de 1994 à 1997. Selon un courrier de Radio Semnoz, « Il avait l'habitude de dire : « J'ai la charge de 3 églises : Annecy, Chambéry et Radio Semnoz ». Il a été président de Radio Semnoz durant ces 3 années. »<sup>70</sup>. Il participait aux émissions *Chronique biblique*, *Construire sa cathédrale intérieure* et *Rencontre autour de la Parole*.

Suivent Christian Boiraud, avec 8% des occurrences chacun, Jean-François Luthringer, étudiant en théologie et membre de la communauté d'Annecy, et Christophe Selmar, invité des émissions *Le stress un ennemi qui vous veut du bien*, *Donnez-moi un thème*, *Paraboles de Jésus*, *Serpent, couple et sexualité*. Christophe Selmar participe régulièrement aux émissions produites par la Coordination des radios locales adventistes.

De manière plus générale, 71% sont des ecclésiastiques ou théologiens qui participent aux émissions religieuses, 18% sont des animateurs ou leur famille qui sont les moteurs de la radio et 10% sont des animateurs réguliers d'émissions culturelles.

Avant-dernier élément de ce sous-chapitre, les auditeurs mentionnent dans 53% du total du courrier s'il capte Radio Semnoz ou non. Seuls 5 documents (4%) précisent exactement quelle est la qualité de la réception de la chaîne : 4 (3%) déclarent ne pas capter et 1 (1%) n'a qu'une très mauvaise réception. Personne ne communique explicitement une bonne réception. Cependant, le contenu du courrier nous permet de savoir que 49% des auditeurs captent bien.

---

*Après la mort* (2%). Il produit aussi les émissions psychologiques tel que : *Serpent, couple et sexualité* (2%), *Psycho-flash* (2%), *Le stress un ennemi qui vous veut du bien* (4%).

<sup>69</sup> Les 12% sont répartis comme suit : *Chronique biblique* (6%) et *Construire sa cathédrale intérieure* (6%).

Enfin, précisons que dans 47% des cas nous n'avons pu déterminer la qualité de la réception.

Enfin, 22% du courrier fait écho soit à d'autres émissions de Radio Semnoz (37% des occurrences), soit à d'autres de ses activités (26%), soit à d'autres émissions religieuses de la même antenne (21%), soit à d'autres médias (16%) tels RCF, France Culture ou plus généralement la télévision. La part d'occurrences par document concerné est de 1.19.

## *2. Appréciations*

Sur le total des documents, nous avons relevé 80 documents avec des appréciations (56%) et un total de 171 appréciations, soit 2.14 par document. Les 171 occurrences se divisent en appréciations positives (97%) et négatives (3%). Nous avons recensé 15 types d'appréciations positives dont les plus importantes sont les remerciements pour les émissions (19%<sup>71</sup>), et pour les activités autres de la radio (18%), l'appréciation générale de la radio (17%) et enfin, la joie et le plaisir d'écouter Radio Semnoz (14%). La station est aimée par les auditeurs qui réagissent et les appréciations suivantes, qui ont moins de pourcentage mais qui sont plus précises, le confirment : qualité des programmes (9%) ; « excellente » (5%) ; croissance spirituelle (4%) ; le trio « épanouissante », « enrichissante », « instructive » (4%) ; « intéressante » (2%) ; « touchant », « interpellant » (2%) ; utilité de la radio (2%) ; « ça fait du bien » (1%) ; « reconfortante » (1%) ; simplicité de la radio (1%) ; dynamisme de la radio (1%).

A l'opposé, les 5 appréciations négatives ont été recensées dans 3 documents (1.67 occurrences par document). Chacune n'est citée qu'une seule fois et donc chacune bénéficie d'un pourcentage de 20%. Des émissions supportables, voire nulles, le manque de précision, l'oubli d'un événement et les répétitions forment l'ensemble écrit des critiques des auditeurs.

---

<sup>70</sup> E-mail de Radio Semnoz du lundi 29 juillet 2002.

<sup>71</sup> Dans ce cas et pour les autres pourcentages de ce paragraphe, les 166 remarques positives correspondent aux 100%.

### 3. Communication

Un premier indice de relation entre la radio et ses auditeurs se révèle à travers leur fidélité. Cependant, 78% des documents ne contiennent aucune précision à ce sujet. Mais les pourcentages restants se répartissent de manière suivante : 12% des auditeurs déclarent ouvertement leur fidélité, 5% écoutent Radio Semnoz aussi souvent que possible et 5% l'écoutent irrégulièrement.

Le deuxième indice est la relation entre auditeurs et animateurs. 13% du total des documents contiennent des informations à ce sujet et, en moyenne, chaque document contient 1.16 occurrence. 73% des occurrences nomment un ou des animateurs, 14% laissent entrevoir une proximité avec les animateurs, 9% les citent et 5% les tutoient. En sachant qu'il y a plus d'une cinquantaine de personnes qui animent les émissions de Radio Semnoz, le simple fait de nommer un animateur montre déjà un lien particulier entre l'auditeur et la station.

La confiance des auditeurs qui exposent leurs problèmes ou qui racontent leur vécu dans le courrier est un troisième indice de proximité et de relation entre eux et la radio. Dans le cas qui nous intéresse, seuls 4% des auditeurs confient leurs problèmes, mais 25% racontent un élément de leur vécu. Les lettres contenant des problèmes ont 1,5 occurrences en moyenne et parlent premièrement de leurs soucis de santé (44%<sup>72</sup>), puis de famille (33%) et enfin de leurs problèmes spirituels (22%). Les auditeurs racontent plus facilement leur vie (50%<sup>73</sup>), leur spiritualité (29%) ou leur relation avec autrui (21%). Dans ce cas, les occurrences s'élèvent à 1.17 par lettre.

---

<sup>72</sup> Dans ce cas comme dans les deux suivants, les 100% représentent les 9 occurrences sur ce sujet.

<sup>73</sup> Dans ce cas comme dans les deux suivants, 11 occurrences forment les 100%.

#### 4. Etudes des mots psychologiques et religieux cités

Par l'étude des mots psychologiques et religieux cités par les auditeurs, nous essayons de savoir ce qui les intéresse et ce qu'ils connaissent soit par leurs connaissances générales soit par l'impact des émissions de ces deux domaines précis, domaines dans lesquels l'Eglise adventiste peut apporter un mieux-être. Seuls les mots cités dans le courrier ont été retenus.

11 lettres qui contiennent chacune 1 mot ayant une référence psychologique ont été recensées. Le couple dans son aspect relationnel est ce qui concerne le plus les auditeurs avec 40 % du total des occurrences. Ensuite l'éducation, avec 20%, intéresse les auditeurs. Puis nous entrons dans des concepts un peu plus larges, avec quatre thèmes qui comptent chacun 10% : l'amour, le comportement, la psychologie et le tempérament.

Des mots religieux ont été découverts dans un peu plus du tiers du courrier (37%), mais le nombre d'occurrences est important : 131 occurrences, soit 2.47 par lettre. Sur le total des documents, ce nombre représente 91% du courrier total ! Le couple *Prédication / Culte* est le plus mentionné avec un score de 12% des occurrences. Ceci est dû aux commandes de cassettes et montre l'intérêt des auditeurs pour les messages adventistes enregistrés les samedis matin. Suivent *Dieu* (10%) et *Jésus-Christ* (9%) qui sont logiquement les noms de la divinité dans le monde chrétien. Les autres occurrences peuvent être regroupées selon les thèmes suivants : la relation avec Dieu (25%), le vécu chrétien (22%), les Ecritures (16%), l'ecclésiologie (10%).

### C. LES DEMANDES DES AUDITEURS

80% des courriers contiennent en moyenne 1.32 demandes par document.

En tête de celles-ci se trouvent les commandes de concerts enregistrés par Radio Semnoz (30% des occurrences). Rappelons ici que dans les divers documents issus des archives, nous avons rencontré un grand nombre de bulletins de commande de concerts. A la sortie du concert, ils sont mis à la disposition de toutes les personnes qui souhaitent posséder un souvenir de

l'événement. Ce type de document influence grandement le pourcentage. Nous n'avons trouvé en définitive que peu de commandes sur papier libre, proportionnellement au nombre de bulletins.

Après les commandes de concerts viennent les commandes d'émissions religieuses avec un score de 20% des occurrences. Ici aussi, des formulaires ont été utilisés, surtout pour la commande de cultes, mais, contrairement aux commandes de concerts, ils restent en très faible proportion. En d'autres termes, les émissions religieuses sont commandées par des personnes qui les ont entendues sur leur poste de radio et qui les commandent par la suite.

Ensuite, viennent les demandes d'adhésion à l'association des auditeurs avec 17% des occurrences. Ceci montre l'intérêt des correspondants pour la radio.

Relevons encore les commandes de textes des émissions. Elles représentent 8% des occurrences des demandes et les émissions concernées sont psychologiques ou religieuses dans la grande majorité des cas.

Dans la catégorie « peu demandé » se trouvent deux commandes d'enregistrements de conférences organisées par Radio Semnoz (2%), deux souhaits de visite ou d'entretien avec un animateur ou un invité (2%) et une inscription au cours d'étude de la Bible par correspondance (1%). Personne n'a demandé de Bible ou de prière.

## **D. CONCLUSIONS DU CHAPITRE**

### *1. Les auditeurs apprécient Radio Semnoz*

Il n'y a pas de doute, les auditeurs qui réagissent apprécient Radio Semnoz. Non seulement par leurs remarques positives, mais aussi par le court délai entre l'écoute de l'émission et l'envoi du courrier. Ils apprécient les émissions et la radio avec toutes les autres activités qu'elle propose : concerts, voyage des auditeurs, conférences, formation de jeunes en les acceptant pour des stages. Tout cela forme le plaisir que procure cette radio. Pour certains, la radio et ses animateurs sont un ami à qui on transmet des salutations particulières ou alors une personne de confiance à qui on peut exposer ses problèmes ou raconter sa

vie. Au delà du divertissement et de l'information, Radio Semnoz est devenue un compagnon de vie.

## 2. *L'impact religieux*

La proximité de la radio avec ses auditeurs est un atout important pour l'annonce de l'Évangile. En sachant que seul un peu plus du tiers des auditeurs réagissants mentionnent une croyance et que moins de la moitié de ces mentions sont clairement chrétiennes, le terrain de mission est bien présent. De plus, la couverture de Radio Semnoz, non seulement sur Annecy, mais aussi dans toutes les communes alentours est une opportunité pour partager l'Évangile, surtout si les auditeurs l'acceptent. Les émissions les plus citées sont d'ordre religieux et *Rencontre autour de la Parole* qui est la diffusion des cultes semble être la préférée. Le mieux-être spirituel et moral intéresse tout particulièrement les auditeurs. Rappelons que les productions adventistes sont citées à hauteur de 78% des occurrences ! De même que les animateurs ou participants les plus cités sont des ecclésiastiques.

L'impact religieux est non seulement important lors de l'écoute, mais aussi lors de la réécoute. Par cela, nous entendons le nombre de commandes des prédications ou des textes des émissions religieuses ou psychologiques que les auditeurs souhaitent posséder afin de prendre le temps de bien comprendre ce qui a été dit et de le mettre en pratique. En voici un exemple concret issu d'une lettre d'auditrice :

« J'ai eu l'occasion d'entendre un enregistrement sur les 10 commandements [...] et il m'a donné un autre regard sur ces commandements, qu'il faut appliquer avec intelligence. Mais je n'ai pas entendu le début de l'émission, et pour moi il est important de bien entendre pour avoir cet éclairage nécessaire à un chrétien (*sic*) (si vraiment il s'agit de vivre sa Foi !) En vous remerciant, par avance de m'envoyer la cassette. [...] Merci de votre radio, que j'écoute – cela est une aide à ma Foi, et je vous félicite. »<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> MONTMANEIX A., « Lettre du 10 décembre 2001 », in 230 documents issus des archives exhaustives de Radio Semnoz de septembre 1995 à décembre 2001.

Certes, nous souhaiterions plus de résultats visibles, comme un grand nombre d'inscriptions aux cours d'études de la Bible par correspondance, d'entretiens avec un animateur avec pour résultat final des baptêmes. Précisons qu'Annecy possède un héritage catholique romain important par le rôle qu'elle joua durant la Contre-Réforme. De ce fait, la religion chrétienne appartient à la tradition et l'intérêt religieux existe, comme en témoigne les demandes de sermons et la quantité de mots religieux cités. Cependant, il ne semble pas que les auditeurs soient prêts à faire un pas supplémentaire pour étudier d'avantage la Bible.

***CHAPITRE IV. COMPTES-RENDUS D'APPELS  
TELEPHONIQUES, DE PASSAGES OU DE NOTES  
REPERTORIES D'AUDITEURS : ANALYSES,  
REFLEXIONS ET CONCLUSIONS***

## A. LE PROFIL DU CORRESPONDANT<sup>75</sup>

### 1. Les informations de base

Les femmes réagissent plus que les hommes (respectivement 52% et 43%). 3% sont des couples et 1% n'a pu être identifié. Un peu plus d'un cinquième (22%) font partie de l'association des auditeurs.

La majorité des auditeurs qui téléphonent sont domiciliés à Annecy (19%) ou Annecy-le-Vieux (15%). Dans 15% des cas, il n'a pas été possible de définir le lieu exact, mais ces personnes captent Radio Semnoz et habitent donc dans la région. Le lieu n'a pu être déterminé pour 8 appels (9%) et 7 appels (8%) viennent d'ailleurs, c'est-à-dire en dehors de la Haute Savoie. Les autres villes et villages cités représentent 28% et sont disséminés dans le département, offrant quelques surprises comme Annemasse et Gaillard qui font office d'exception à la zone locale et habituelle de Radio Semnoz grâce à la vallée de l'Arve qui offre une ouverture aux ondes.

La majorité (45%) de ces communes sont de taille moyenne (entre 10'000 et 50'000 habitants). Les grandes villes (+50'000) représentent 28% des appels, les villages et petites villes (-10'000) 22% et les communes rurales 5%.

En ce qui concerne le portrait des auditeurs, aucun document ne donne explicitement un âge, 2 documents (2%) mentionnent une profession libérale et 33% contiennent une référence religieuse imprécise et vague.

Les estimations n'apportent que peu d'indications supplémentaires. Un compte-rendu résume les informations et ne garde que les plus importantes. C'est pourquoi, l'estimation de l'âge fut impossible dans le 97% des cas et l'estimation du N.I.S. dans 95%. Le reste des documents montre que 3% des auditeurs ont

---

<sup>75</sup> Les différentes parties de ce chapitre n'énumèrent pas exhaustivement les chiffres consultables dans le tableau : *Statistiques, Comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs*, consultable dès la page 39, mais consistent à mettre en évidence des éléments intéressants pour notre étude et à en tirer des conclusions partielles.

entre 25 et 65 ans et que de 2% d'entre eux ont un niveau secondaire et 2% ont fait des études supérieures.

## *2. Détails des vecteurs*

Les documents rendent compte d'appels téléphoniques (80%), de messages sur le répondeur (13%), de messages écrits (6%) et d'un passage au studio (1%).

## *3. Autres indications sur le correspondant et ce qu'il communique*

Le délai de réaction par téléphone des auditeurs n'est pas dépendant de l'événement ou de l'émission. Les pourcentages sont très proches : 15% après une semaine, 13% avant une semaine et 12% le jour même. Le peu d'information contenue dans les comptes-rendus font que dans 52% des cas, le délai de réaction fut impossible à déterminer.

91% des personnes n'ont appelé qu'une seule fois et 8% ont eu un deuxième contact. Cependant, 93% des comptes-rendus contiennent une adresse (62% des occurrences) et/ou un numéro de téléphone (38% des occurrences) pour un total de 101 occurrences, soit 1.26 par compte-rendu. La présence de coordonnées sous-entend un autre contact entre Radio Semnoz et les auditeurs, soit par téléphone<sup>76</sup>, soit par écrit.

Seuls 2 comptes-rendus (2%) font état de finances et plus particulièrement d'un paiement de produit.

---

<sup>76</sup> Nous avons relevé plusieurs messages contenant une question destinée à un animateur. Celui-ci aura certainement contacté l'auditeur pour lui communiquer la réponse et de ce fait, nous considérons qu'il y a eu un autre contact avec l'auditeur.

## B. FEED-BACK ET COMMUNICATION

### 1. *Feed-back*

Les thèmes principaux mentionnés par les auditeurs sont les émissions (58%), d'autres activités (22%), puis la radio (16%), suivie de la religion (2%) et de la formation (1%).

De manière plus détaillée, 73% des comptes-rendus mentionnent 159 précisions, soit 2.52 par unité. Les auditeurs retiennent plus facilement le thème du sujet (35%<sup>77</sup>) que la date (21%) ou un nom (19%). Le titre (13%) et des mots prononcés à l'antenne (12%) semblent s'oublier plus aisément.

62% des messages concernent une ou plusieurs émissions avec un taux de 1.1 occurrences par message. De ces dernières, 43% se réfèrent aux émissions religieuses, 38% aux émissions musicales, 9% aux programmes psychologiques, 9% aux émissions sur la société et 1% concernait celles sur le sujet de l'éducation.

Les titres des émissions ou des événements inscrits dans 29 documents (34% avec 1.07 occurrences par document) montrent que le titre le plus mentionné est *Rencontre autour de la Parole* avec 61% des occurrences. Loin derrière, les auditeurs font référence à deux conférences : *Lorsque le Christianisme culpabilise* (10%) et *Ligne directe* (6%). Le reste des occurrences fait référence aux domaines religieux et psychologique (12%), social (3%) et musical (3%).

L'animateur le plus cité est à nouveau Christian Boiraud avec 52% des occurrences. Ces dernières sont au nombre de 23 pour 22 comptes-rendus (26% du total). Le reste se répartit entre invités et conférenciers (34%) et animateurs réguliers (13%).

---

<sup>77</sup> Dans ce cas et pour le reste du paragraphe, le 100% correspond aux 159 occurrences.

Nous déduisons<sup>78</sup> que 53% des correspondants captent bien Radio Semnoz et que 5% ne captent pas. Dans 41% des cas, il a été impossible de découvrir ce qu'il en est.

Enfin, 4 comptes-rendus (5%) mentionnent 5 échos aux autres activités de Radio Semnoz (60% des échos) ou à d'autres de ses émissions (20%) et à d'autres médias (20%).

## *2. Appréciations*

De tous les documents, 3 appréciations positives (Qualité des programmes, remerciements pour une activité et remerciements pour les émissions) ont été recensées dans 2 documents (2%) seulement.

## *3. Communication*

Là aussi, peu d'informations ont été découvertes. 3% des documents mentionnent le nom d'un animateur et 1% contient des détails sur la vie du correspondant. Aucune mention de fidélité, ni aucun problème n'y sont décrits.

## *4. Etude des mots psychologiques et religieux cités*

L'étude des mots psychologiques reporte 5 mentions dans 5 comptes-rendus différents (6%). Les mots *culpabilité* (80% des occurrences) et *écoute* (20%) sont les deux seuls mots cités.

Les mots ayant trait à la religion sont plus nombreux. 38% des documents en contiennent avec un taux de 1.39 par document. L'expression la plus citée est culte ou prédication (41% des occurrences). Les autres mots cités se rapportent au thème du vécu chrétien et de ses préoccupations (37%), à la divinité (13%) et aux Ecritures (8%).

---

<sup>78</sup> Pour plus de détails sur les critères de déduction, voir le sous-chapitre : Feed-back (dans Explications des grilles d'analyse), p.25.

### **C. LES DEMANDES DES AUDITEURS**

94% des rapports contiennent des demandes dont le taux d'occurrences par document est de 1.26.

En tête de liste se trouvent les demandes de cassettes d'émissions religieuses (18% des occurrences). Les auditeurs demandent ensuite la grille des programmes de Radio Semnoz (14%). Suivent la demande de documentation complémentaire à une émission (12%) et des références diverses (12%), alors que les commandes de concerts ne représentent que 7%. Relevons encore les inscriptions aux cours de l'IEBC (2%), les demandes de texte des émissions (2%) et de Bible (1%).

Enfin, 79% des comptes-rendus sollicitent une réaction de la personne de contact (1.06 par communication). L'envoi de document (69% des occurrences), un appel téléphonique (18%), la transmission d'un message (8%) ou de documents (5%) composent l'ensemble des attentes.

### **D. CONCLUSION PARTIELLE : POUR QUELLES RAISONS LES AUDITEURS ONT CONTACTE RADIO SEMNOZ**

Etant des résumés et des synthèses de conversations, les comptes-rendus ne permettent pas de tirer des conclusions sur le portrait type du correspondant, la manière dont le message fut transmis ou les appréciations des auditeurs. Par contre, l'objet du message indique clairement l'intérêt des auditeurs.

L'impact de Radio Semnoz ne se fait pas que par une simple écoute des émissions. Si 94% des documents ont pour objet une commande, c'est vraisemblablement parce que les auditeurs souhaitent posséder une trace durable de ce qui est éphémère à l'antenne. Ils souhaitent peut-être pouvoir prendre le temps d'écouter attentivement les émissions, les concerts ou les conférences chez eux, ou du moins en lire les textes. Certains semblent simplement souhaiter de pouvoir mieux écouter la station en consultant la grille des programmes.

Même si la religion ne correspond qu'à la cerise sur le gâteau de la programmation, les cassettes des émissions religieuses et particulièrement les cultes sont en tête des commandes. Les citations des mots « culte » et « prédication » confirment cet intérêt des auditeurs pour le religieux et plus spécialement pour les sermons adventistes. Pour des raisons que nous avons déjà indiquées<sup>79</sup>, les auditeurs ne semblent pas souhaiter approfondir leur connaissances bibliques autrement que par l'écoute des cultes et des émissions religieuses. Cependant, nous tenons à faire remarquer les deux demandes d'inscriptions aux cours de l'IEBC et la demande de Bible.

---

<sup>79</sup> Voir : *L'impact religieux*, p. 57.

## ***CONCLUSION***

## **A. SYNTHÈSE CROISÉE DES ANALYSES DU COURRIER PRIVÉ ET DES COMPTES-RENDUS**

### *1. Qui sont les auditeurs qui correspondent avec Radio Semnoz ?*

Que ce soit par écrit ou par téléphone, les femmes correspondent plus que les hommes. En supposant que les femmes restent plus facilement à la maison que les hommes, elles disposent peut-être de plus de temps pour écouter Radio Semnoz et pour la contacter ou alors les émissions de celle-ci les concerneraient plus que les hommes.

Outre le sexe, remarquons que les personnes qui réagissent ont, apparemment, plus de 25 ans. Certainement que le choix de la programmation joue un rôle important. Minoritaires sont en effet les jeunes qui écoutent régulièrement de la musique classique, musique généralement appréciée par les plus âgés. Et même s'il existe une émission faite par des jeunes et pour des jeunes<sup>80</sup>, elle est plus d'information que de « divertissement ». Cependant, cela ne veut pas dire que les moins de 25 ans n'écoutent pas Radio Semnoz, mais ils ne semblent pas être concernés au point de réagir soit par lettre, soit par téléphone.

Il est par contre impressionnant de constater que si la majorité des réactions viennent des personnes vivant à Annecy et dans les communes alentours, certaines viennent de villages isolés ou de communes hors zone locale. Radio Semnoz possède l'avantage d'être plus qu'une radio urbaine.

---

<sup>80</sup> Une fois par mois les délégués du Conseil Municipal de la Jeunesse de Cran-Gevrier possède un temps d'antenne afin de présenter leurs projets et actions.

## *2. Pourquoi les auditeurs écrivent et pourquoi ils téléphonent*

Le courrier et les appels téléphoniques ont en commun les commandes. Cependant, les documents écrits servent plus à commander des enregistrements de concerts alors que le téléphone est plus utilisé pour la commande de cultes. Une autre différence est l'envoi de dons, le paiement de produits ou de cotisation qui ne peut s'envoyer que dans une enveloppe.

## *3. Que pensent les auditeurs qui réagissent de Radio Semnoz ?*

De manière évidente, aussi bien par téléphone que par écrit, les remarques des auditeurs sont fortement en faveur de Radio Semnoz. La qualité des programmes, les remerciements pour les émissions et pour les activités sont communément partagés. Les documents écrits précisent la joie et le plaisir à l'écouter et plus encore, l'épanouissement et le réconfort apportés.

## *4. Les émissions (ou thèmes) qui suscitent du courrier*

Indéniablement, ce sont les émissions religieuses qui suscitent le plus de courrier. Plus précisément, les auditeurs apprécient *Rencontre autour de la Parole* et en commandent souvent les cassettes. En regroupant les émissions de la Coordination des radios locales adventistes, nous constatons qu'elles génèrent aussi un nombre important de réactions. Les auditeurs sont concernés non seulement par la religion et la spiritualité, mais aussi par tout ce qui touche au bien-être physique et mental.

Dans cette même idée du bien être, la musique joue aussi un rôle important – le nombre important de concerts commandés en témoigne – non seulement dans pour le bien-être, mais aussi pour la culture.

## B. TENTATIVE DE REPONSE A LA QUESTION DE L'IMPACT DE RADIO

### SEMNOZ

#### 1. *L'impact visible*

##### a. L'impact des émissions

[Les auditeurs] écrivent quand l'émission a apporté une réponse concrète à un besoin précis. Plus ce besoin est ressenti dans la population, plus les lettres seront nombreuses. Et plus la réponse est concrète, plus l'intérêt sera grand.<sup>81</sup>

Certes, tous les auditeurs n'écriront pas, même si l'émission répond à un besoin précis. Cependant, selon cette affirmation de John Graz, nous pouvons conclure que l'émission *Rencontre autour de la Parole* et les émissions produites au Studio du Salève répondent aux besoins des auditeurs en apportant une amélioration de la qualité de vie au travers des enseignements bibliques.

##### b. L'impact des autres activités

L'enregistrement et la vente de cassettes de concerts – et parfois leur livraison à domicile – est un exemple de service rendu aux auditeurs, de même que les conférences offrent une stimulation intellectuelle et spirituelle. Les encadrements de stages permettent un contact durant quelques temps avec des chrétiens qui ont un style de vie particulier, différent de la société stressante. L'impact n'est pas mesurable, mais visible dans le courrier des auditeurs.

#### 2. *L'impact invisible*

L'analyse d'archives d'une radio n'est pas l'analyse des statistiques de l'Eglise. De ce fait, il ne faut s'attendre à voir une croissance visible de l'Eglise grâce à la radio dans cette étude. De plus, ce n'est pas là le rôle premier de la radio. Pour reprendre l'image de l'agriculture, la radio est un semeur, alors que les moissonneurs sont plutôt les cours de l'IEBC et les entretiens personnels, puis

---

<sup>81</sup> GRAZ J. cité par SAUVAGNAT B., « Radio-télévision : les émissions religieuses », *in Signes des Temps*. Dammarie-lès-Lys, février 1986, p. 7.

finalement l'Eglise. Mais, en considérant la question sous un autre angle, une radio apportant la paix dans un foyer ou permettant une rencontre avec Christ, n'a pas échoué dans sa mission.

Radio Semnoz a le privilège d'être un média de masse proche de ses auditeurs leur apportant ce dont ils ont besoin (une différence, des informations locales et l'invitation à développer une relation avec Dieu), à la ville comme à la campagne. Pour certains, elle les accompagne durant la journée et leur donne une image honorable de l'Eglise adventiste. Ce lien entre la masse et ce mouvement de l'Eglise vers les gens en créant une relation personnelle est un moyen d'évangélisation puissant.

D'ailleurs, il est frappant de constater que la majorité de la correspondance concerne une demande en rapport avec la religion – que nous qualifierons de chrétienne dans le premier sens du terme, c'est-à-dire basée sur Christ – et par là même nous pouvons conclure que l'impact de Radio Semnoz est bien réel, même et surtout dans la dimension spirituelle. Il n'est pas toujours visible et parfois il prend du temps. Mais même si Radio Semnoz n'entraîne ni une forte croissance de l'Eglise ni une grande quantité de demandes de cours de Bible, nous ne savons pas ce qui se passe derrière les murs des maisons et encore moins dans les cœurs.

« Un exemple : le 14 mars [2001], Mariette appelle d'Annecy-le-Vieux. Elle nous demande les scripts des chroniques *Prière sans frontières* (commentaire du « Notre Père » – Marcel Fernandez). Cette personne et quelques amis écoutent l'émission. Ils se retrouvent le vendredi soir pour une réflexion commune à partir de ce qu'ils ont entendu dans la semaine. »<sup>82</sup>

Etre ouvert sur le monde qui les entoure et créer des liens, c'est ce que fait une radio locale à longueur d'année en communiquant avec des gens qui, pour certains, ne viendraient jamais dans une église autre que la leur.

---

<sup>82</sup> « Des radios pour porter l'espérance, l'Evangile sur les ondes », in *Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2001, pp. 6,7.

## **C. LES RISQUES ET POSSIBILITES DE L'AVENIR**

### *1. Les risques et les possibilités pour Radio Semnoz*

Le risque pour Radio Semnoz est de s'enfermer dans un type de radio qui se situe entre France Musique et France Culture et dont les émissions concernent surtout des femmes cultivées âgées de plus de 25 ans. Nous ne pouvons nous empêcher de penser ici au moins de 25 ans qui représentent un auditoire important et non-négligeable. N'existerait-il pas un moyen pour les concerner plus par une émission hebdomadaire, par exemple, dont le concept viserait la diffusion d'une musique autre que classique et l'interaction avec les jeunes qui pourraient écrire pour poser des questions, pour donner leur opinion sur un sujet ou pour répondre à un concours ? De plus, les jeunes pourraient se sentir plus à l'aise en communiquant par e-mail qui est un moyen qu'ils utilisent souvent et donc la diffusion de l'adresse e-mail à l'antenne pourrait inciter des jeunes à réagir.

La possibilité est offerte à Radio Semnoz d'affirmer clairement sa différence, son identité chrétienne adventiste et sa mission. Pour ce faire, elle devra peut-être se détacher de l'image « entre France Musique et France Culture » afin de développer son potentiel d'évangélisation, car c'est bien cela sa raison d'être.

### *2. Les risques et les possibilités pour l'ensemble des radios locales*

Le principal risque est que notre Eglise les oublie. Etant des « phénomènes » locaux, leur importance risque d'être sous-estimée. La mission de l'Eglise est d'apporter l'Evangile au monde entier. C'est pour cela que des plans sont bâtis avec des moyens globaux qui peuvent toucher l'ensemble de la planète en même temps. Mais que ce soit Internet, la diffusion de programmes par satellite, le danger est de passer à côté de son voisin. Les radios locales offrent une alternative entre des actions individuelles et des moyens globaux impersonnels.

## ***ANNEXES***

## A. CORRESPONDANCE ECHANGEE AVEC MARTIN HAASE

### 1. Copie de mon e-mail

De: "Raphaël & Angela NAGLER" <naglerar@hotmail.com>

À: <martin.haase@euroafrica.org>

Objet: Ich brauche Ihre Hilfe für meine Abschlussarbeit

Date: mardi, 6. août 2002 15:15

Sehr geehrter Bruder Haase,

Ich hoffe, dass du mich noch kennst. Wir haben uns getroffen bei dem Treffen der "Coordination des radios locales adventistes" von Frankreich in Collonges-sous-Salève im Oktober letzten Jahres und in dem Ausschuss der Euro-Afrika Division in Jongny.

Mein Studium in Collonges ist fertig und ich arbeite jetzt an meiner Abschlussarbeit. Es geht hauptsächlich um die lokalen, adventistischen Radios in Frankreich. Darum brauche ich eine offizielle Antwort auf diese Frage: Was denkt die Euro-Afrika Division über die lokalen, adventistischen Radios? Wo sieht sie ihre Nützlichkeit, insbesondere für die Aufgabe der Adventgemeinde, wenn sie eine sieht? Was wurde für sie in der Vergangenheit gemacht und aus welchen Gründen? Was denkt sie von der Zukunft der lokalen, adventistischen Radios und warum?

Es wäre schön, wenn du mir schnell eine Antwort geben könntest.

Mit herzlichen Grüßen,

NAGLER Raphaël

naglerar@hotmail.com

## 2. Copie de l'e-mail de Martin Haase

De: Martin Haase <MartinHaase@compuserve.com>

À: Raphaël & Angela NAGLER <naglerar@hotmail.com>

CC: ulrich frikart <ulrich.frikart@euroafrica.org>

Objet: Ich brauche Ihre Hilfe für mein Abschlussarbeit

Date: Fri, 30 Aug 2002 12:46:01 -0400

Lieber Raphael,

leider kam deine Anfrage mitten in meinem Urlaub. Hier ganz schnell ein paar Antworten, in der Hoffnung, dass du sie noch einbauen kannst.

Nach wie vor ist das Radio ein sehr bedeutendes Medium. Auch wenn die Kurzwelle wegen der eingeschränkten Qualität in den westeuropäischen Ländern erheblich an Bedeutung verloren hat, kann man umgekehrt eine wachsende Hörerzahl bei privaten Lokalsendern die über FM senden feststellen. Lokale Sender ermöglichen eine grössere Nähe zu den Hörern und bekommen damit der Status einer bürgernahen Sozialinstitution. Hier sehen wir eine grosse Chance, als Siebenten-Tags-Adventisten zu wirken und unsere drei strategischen Ziele umzusetzen: 1. Verbesserung der Lebensqualität durch den Glauben an Jesus Christus, 2. Gemeindegewachstum zu erreichen 3. Einigkeit innerhalb der Gemeinde zu erreichen, indem durch das Radio die offizielle Linie der Gemeinde publiziert wird. (Das kann natürlich nur am Rande vermittelt werden).

In der Vergangenheit hat die Euro-Africa Division diese Arbeit über viele Jahre finanziell und personell gefördert. Sendungen wurden und werden in unsere Studios produziert und für den Lokalrundfunk zur Verfügung gestellt. In Zukunft werden sich die Gemeinden verstärkt selber engagieren müssen, dies aus folgenden Gründen: 1. Meistens schreibt der Gesetzgeber vor, dass im Lokalrundfunk auch "Lokales" berichtet werden muss. Sendungen dürfen nicht als Konserve von anderen Produzenten übernommen werden. 2. Die zunehmende Zahl der Lokalsender kann zentral überhaupt (*sic*) nicht mehr

betreut werden, dazu fehlt das Personal, das gerade in unserer Division sehr vielsprachig sein muesste und es waere auch ueberhaupt nicht zu finanzieren. 3. Es ist kein Geheimnis, dass der Erfolg einer Arbeit vom Engagement einzelner Personen abhaengt. Diese moechten ihren Freiraum bewahren. Eine grosse Regelung durch die EUD wuerde den Apparat schwerfaelliger machen und eher bremsen als foerdern. Das bedeutet, das die Vereinigungen mit ihren Gemeinden ein Radiokonzept erarbeiten und eventuell eine Koordinationsstelle auf Verbandsebene einrichten sollten.

Die Generalkonferenz, vertreten durch die Divisionen wird sich um die Verknuepfung der Medien mit den neuen Technologien kuemmern. Die ueberregionale Radioarbeit wird global von AWR koordiniert, die Division wird sich auf die missionarisch ausgerichtete Cross Media Communication konzentrieren. Das ist keine Abwertung der lokalen Radioarbeit, ganz im Gegenteil, es ist eine Fortsetzung der Verkuendigung unserer Adventbotschaft mit allen verfuegbaren Medien.

Vielleicht kannst du damit etwas anfangen.

Dir und deine Frau wuensche ich einen gesegneten Sabbat,

dein

Martin Haase.

## B. QUELQUES EXEMPLES DE COURRIER.

### 1. Exemple de courrier

1 Frère 2 Jean DIACQUENOD à  
Radio Semnoz

Type de  
RADIOS  
ECOUTÉE

3 j'ai reçu votre lettre (has de  
programme -) j'ai pris l'habitude de 4  
5 prendre R.C.F. -- parfois F. Culture et la Télé  
le dimanche matin à l'écoute des religions  
de celles d'Abraham. et la messe - et  
6 R. Semnoz aux rendez-vous culturels -  
j'aimais la belle musique -- avec l'âge  
elle me fatigue - 7

FÉLICITATIONS → 8 Bravo pour la qualité de votre  
radio.

Frère Jean DIACQUENOD  
9 Maison de retraite: F. E. C. B. P. 31  
10 Argouay  
74371 Pringy. cedex

DON 11 ci-joint un geste - (ayant trop de demandes  
d'aides de générosités)

L'analyse d'une lettre demande une lecture attentive afin de relever tous les éléments importants et utiles à l'étude. Ce petit mot qui est du format A5 en taille réelle ne contient pas moins de onze informations clés qui en fourniront d'autres par déduction.

La première dans l'ordre de lecture est le titre que la personne se donne (1) et qui indique ici son métier et son niveau d'instruction scolaire, car pour être un « frère », il est nécessaire d'avoir étudié au séminaire. Le prénom (2) permet de définir le sexe de la personne. L'auditeur indique en 3 un précédent contact et une action menée par Radio Semnoz. De manière générale, l'auditeur raconte sa

vie et ses habitudes (4), tout en donnant des informations sur les autres médias (5) et le type des émissions écoutées sur Radio Semnoz (6). Des expressions telles que « avec l'âge » (7) ou le lieu d'habitation (9) permettent de déduire l'âge de la personne. L'adresse (10) précise la zone de couverture et d'influence de la radio. Enfin, la mention d'un don (11) montre l'intérêt de l'auditeur pour la station.

## 2. Exemple de formulaire

(61)



LES ENREGISTREMENTS «SOUVENIR»  
DE RADIO SEMNOZ\*

Concert du 20.2.98 Lieu Chateau Ancecy

Programme et interprètes Solistes de l'O.P.S.  
L. Spohr / F. Schubert

Commande Nbre de cassettes 01 X ~~XF~~ = 85 F.  
Participation (emballage et port) DAT 15 F.

Paiement par chèque  en espèces  Total t.t.c. 100 F.

Ce bon de commande, accompagné du règlement, est à remettre à l'animateur de Radio Semnoz, ou à adresser à :

RADIO SEMNOZ  
5, chemin du Panorama  
74960 CRAN GEVRIER ☎ 04.50.27.85.85

Nom O.P.S. Mme OLAGNON ODILE

Adresse Chambéry 73000 - 6, rue Métropole

Date et signature 11.03.98

\*Sous réserve d'accord du directeur musical, et de l'organisateur.

Ceci est une reproduction en taille quelque peu réduite d'un des nombreux formulaires utilisé pour la commande de cassettes souvenir de concert. Ce type de document ne fournit pas une quantité d'informations précises concernant l'auditeur, les émissions qu'il écoute ou encore sa relation avec Radio Semnoz. Dans ce cas précis, ce sont les interprètes qui ont commandé une cassette DAT de leur concert. Les seules réelles informations utiles déductibles sont la relation entre Radio Semnoz et des organismes culturels, son implication dans la vie culturelle d'Annecy et un de ses moyens pour trouver des fonds.

### 3. Exemple de compte-rendu de téléphone

RADIO SEMNOZ 91.5 FM - ANNECY										Feuille n° 15					
RECU		VECTEUR			COORDONNEES CORRESPONDANT		OBJET MESSAGE		SUIVI		OBSERVATIONS		FICHIER		
DATE	PAR	Tel	C.	Vis.					PAR	POUR LE :	O.K. LE :			ADH	PROS.
19 octobre 1995	Howé	x			NOM : SALLES M. et Yvonne	1. commande	CD "La Villanelle"	100 F	Howé	3/10/95		Howé déposée dans la boîte	x		
					Prénom : Robert										
					Adresse : 8 rue du Mont Blanc										
					74000 ANNECY										
					TEL :										
28.10 95	Val	x			NOM : PATRIS	Donner un autocollant			Howé	7/10/95					
					Prénom : Alexandre										
					Adresse : 11 imp. des gentianes										
					74000 St Pierre au Lac										
					TEL :										
28.10	Répondre	x			NOM : Madame LAFFIN	Remercie	Mr. DUFOURNET		Howé	30/10/95					
					Prénom :										
					Adresse :										
					TEL :										

Voici un exemple de tableau de compte-rendu de téléphones. La colonne la plus intéressante à remarquer est celle intitulée *objet / message*. Souvent en quelques mots est résumé l'ensemble de la conversation et nous pouvons constater que les demandes sont diverses (un CD, un autocollant ou remercier un animateur). Un autre élément intéressant est l'utilisation du répondeur par les auditeurs qui utilisent ainsi différents moyens pour entrer en contact avec Radio Semnoz. L'analyse est très difficile avec ce peu d'informations.

## **TABLE DES MATIERES**

A. Historique des Radios locales privées françaises.....	5
1. Définition et histoire des radios libres .....	5
2. L'histoire des radios locales adventistes.....	6
B. Etat de la question : Comment sont perçues les radios locales adventistes au sein de l'adventisme ? .....	7
1. Le point de vue des radio locales .....	8
2. Le point de vue de la Division eurafricaine des Eglises Adventistes du septième jour .....	9
3. Le soutien de l'Union Franco Belge des églises adventistes du septième jour.....	10
C. Méthodologie.....	11
1. Enjeux.....	11
2. Méthode.....	11
Chapitre I. Radio Semnoz .....	13
A. L'histoire de Radio Semnoz.....	14
B. La programmation de Radio Semnoz .....	14
C. La radio et ses auditeurs selon les sondages.....	16
1. Source des sondages .....	16
2. Etudes de notoriété.....	16
a. L'étude de 1995.....	16
b. L'étude 1996.....	16
c. L'étude de 1997-1998.....	17
Chapitre II. Analyse des documents.....	19
A. Le dépouillement : Les différents types de documents obtenus auprès de Radio Semnoz .....	20
B. Explications des grilles d'analyse .....	20
1. Courrier privé.....	20
a. Correspondant.....	21

b. Origine et agglomération .....	21
c. Age donné et profession .....	22
d. Religion .....	22
e. Estimation.....	23
f. Présentation .....	24
g. Date de rédaction .....	24
h. Autres lettres du même correspondant.....	24
i. Finances .....	24
j. Introduction.....	25
k. Salutations.....	25
l. Feed-back.....	25
m. Appréciations.....	26
n. Communication.....	26
o. Les mots psychologiques et les mots religieux cités .....	27
p. Demandes .....	27
2. Comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs.....	27
a. Vecteur .....	28
b. Autres .....	28
C. Exemple de lecture du tableau .....	28
D. Statistiques.....	29
1. Courrier privé .....	29
2. Comptes-rendus d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs.....	39
Chapitre III. Le courrier privé : Analyses, réflexions et conclusions partielles .....	45
A. Le profil du correspondant.....	46
1. Les informations de base : les caractéristiques du correspondant .....	46
2. Le format du courrier : les types de documents en détails.....	48
3. Autres indications sur le courrier et les auditeurs .....	49
B. Feed-back et communication.....	50
1. Feed-back.....	50
2. Appréciations.....	53

3. Communication.....	54
4. Etudes des mots psychologiques et religieux cités.....	55
C. Les demandes des auditeurs .....	55
D. Conclusions du chapitre .....	56
1. Les auditeurs apprécient Radio Semnoz .....	56
2. L'impact religieux.....	57
Chapitre IV. COMPTES-RENDUS d'appels téléphoniques, de passages ou de notes répertoriés d'auditeurs : Analyses, réflexions et conclusions .....	59
A. Le profil du correspondant.....	60
1. Les informations de base.....	60
2. Détails des vecteurs .....	61
3. Autres indications sur le correspondant et ce qu'il communique .....	61
B. Feed-back et communication.....	62
1. Feed-back.....	62
2. Appréciations .....	63
3. Communication.....	63
4. Etude des mots psychologiques et religieux cités.....	63
C. Les demandes des auditeurs .....	64
D. Conclusion partielle : pour quelles raisons les auditeurs ont contacté Radio Semnoz .....	64
A. Synthèse croisée des analyses du courrier privé et des comptes-rendus ....	67
1. Qui sont les auditeurs qui correspondent avec Radio Semnoz ?.....	67
2. Pourquoi les auditeurs écrivent et pourquoi ils téléphonent.....	68
3. Que pensent les auditeurs qui réagissent de Radio Semnoz ? .....	68
4. Les émissions (ou thèmes) qui suscitent du courrier .....	68
B. Tentative de réponse à la question de l'impact de Radio Semnoz .....	69
1. L'impact visible .....	69
a. L'impact des émissions .....	69
b. L'impact des autres activités .....	69
2. L'impact invisible.....	69
C. Les risques et possibilités de l'avenir .....	71
1. Les risques et les possibilités pour Radio Semnoz.....	71

2. Les risques et les possibilités pour l'ensemble des radios locales.....	71
A. Correspondance échangée avec Martin HAASE.....	73
1. Copie de mon e-mail.....	73
2. Copie de l'e-mail de Martin Haase.....	74
B. Quelques exemples de courrier.....	76
1. Exemple de courrier.....	76
2. Exemple de formulaire.....	78
3. Exemple de compte-rendu de téléphone.....	79
A. Courrier et appels téléphoniques adressés à Radio Semnoz.....	84
B. Documents ciblés sur Radio Semnoz.....	84
1. Documents issus de la Radio même.....	84
2. Documents externes.....	84
C. Documents de méthodologie.....	85
D. Documents d'introduction.....	85
E. Articles de revues concernant les radios locales adventistes.....	85
1. Bulletin du Bureau d'Information Adventiste.....	85
2. Revue adventiste.....	89
3. Signes des temps.....	92
F. Autres documents consultés.....	93

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **A. COURRIER ET APPELS TELEPHONIQUES ADRESSES A RADIO SEMNOZ**

230 documents issus des archives exhaustives<sup>83</sup> de Radio Semnoz de septembre 1995 à décembre 2001.

### **B. DOCUMENTS CIBLES SUR RADIO SEMNOZ**

#### *1. Documents issus de la Radio même*

« Radio Semnoz, un autre regard sur la vie », *in Dossier de presse de Radio Semnoz*. Annecy, 2001.

Courrier électronique de Radio Semnoz du lundi 29 juillet 2002.

#### *2. Documents externes*

BOISSIERE C., *Rapport d'étude de notoriété pour Radio Semnoz*. Annecy : IPAC, 1995.

BONDIER C., REYDET B., *91.5*. Annecy : CBBR, 2001. [Vidéo VHS–SECAM]

CEYSSAT C., CRAVEL C., OLIVIERO S., *Rapport de projet, étude de notoriété pour Radio Semnoz*. Annecy : IUT, 1996.

FILLION A., JEANNEAU X., MURAROTTO F., *Radio Semnoz, "La radio où tous les espoirs sont permis"*. Annecy : IUT, 1997-1998.

---

<sup>83</sup> Pour la définition d'« exhaustives », voir note 13, p. 11.

### C. DOCUMENTS DE METHODOLOGIE

BALLE F., *Médias et société : Presse – Edition – Internet – Radio – Cinéma – Télévision – Télématique – Cédéroms – DVD – Réseaux multimédias*. Paris : Montchrestien, 1999.

GRAZ J., *Radio-télévision émissions protestantes, étude effectuée à partir de l'analyse du courrier reçu entre 1981 et 1983*, tomes 1 et 2. Paris : Université de la Sorbonne, 1986.

### D. DOCUMENTS D'INTRODUCTION

*Ethique et communication*, Actes du colloque Chrétiens professionnels de la Communication, I.R.C.O.M., 22-23 mars 1991. Angers : Beauchesne, 1991.

KOUCHNER J., *Radio locale, mode d'emploi*. Paris : CFPJ, 1994.

POUBLAN G., *1947-2000, 53 ans de présence adventiste avec : le studio et les émissions de "La voix de l'espérance", les radios locales, la télévision*. Sl, sd.

### E. ARTICLES DE REVUES CONCERNANT LES RADIOS LOCALES ADVENTISTES<sup>84</sup>

#### 1. *Bulletin du Bureau d'Information Adventiste*

« Paris : Bientôt la radio pour tous », *in BIA* n°18. Paris, juillet-août 1981, p. 5.

« Paris : Une radio adventiste dans le 13<sup>e</sup> ? », *in BIA* n°20. Paris, octobre 1981, p. 2.

---

<sup>84</sup> Les articles sont classés par ordre de parution afin de mettre en évidence l'historique des radios locales adventistes.

- « Bruxelles : Radio Maranatha 103.7 MHz - 27% d'écoute », *in BIA* n°20. Paris, octobre 1981, p. 3.
- « Marseille : une radio adventiste expérimentale », *in BIA* n°21. Paris, novembre 1981, p. 3.
- « Limoges : Radio « Mieux Vivre » - 102 MHz », *in BIA* n°21. Paris, novembre 1981, p. 4.
- « Paris : Radios locales adventistes : Bravo ! Continuez ! », *in BIA* n°23. Paris, janvier 1982, p. 2.
- « Paris : Des bénévoles pour soutenir Radio 13 », *in BIA* n°23. Paris, janvier 1982, p. 2.
- « Toulouse : Séminaire pour animateurs de radios locales », *in BIA* n°23. Paris, janvier 1982, pp. 2,3.
- « Radios locales : Les gros vivront », *in BIA* n°25. Paris, mars 1982, p. 2.
- « Marseille : Quatrième stage radios locales », *in BIA* n°25. Paris, mars 1982, p. 3.
- « Genève : Stage vidéo à la Faculté de Théologie », *in BIA* n°26. Paris, avril 1982, p. 3.
- « Paris : Un diplôme d'animateur de radio locale ? », *in BIA* n°27. Paris, mai 1982, p. 2.
- « Annecy : Radio Semnoz est née - 101.5 MHz », *in BIA* n°28. Paris, juin 1982, p. 3.
- « Lyon : Inauguration de Radio Rencontre », *in BIA* n°28. Paris, juin 1982, p. 3.
- « Paris : Un animateur de l'A.D.F.I. à Radio 13 », *in BIA* n°29. Paris, juillet-août 1982, p. 4.

- « Bruxelles : Radio Maranatha. 2 000 appels téléphoniques », *in BIA* n°29. Paris, juillet-août 1982, p. 4.
- « Lettres de soutien pour Radio-13 », *in BIA* n°30. Paris, septembre 1982, p. 2.
- « Paris : John Littleton à Radio 13 », *in BIA* n°32. Paris, novembre 1982, p. 2.
- « Genève : Des radios locales au secours des plus pauvres », *in BIA* n°32. Paris, novembre 1982, p. 2.
- « Paris : Radio 13 reçue par la commission Galabert », *in BIA* n°34. Paris, janvier 1983, pp. 4,5.
- « Paris : Radio 13 - La première bougie », *in BIA* n°35. Paris, février 1983, p. 2.
- « Lyon : Première rencontre des radios locales adventiste » *in BIA* n°35. Paris, février 1983, p. 3.
- « Lyon : Capitale des radios locales », *in BIA* n°36. Paris, mars 1983, p. 2.
- « Lyon : Les promesses de dérogations arrivent », *in BIA* n°36. Paris, mars 1983, p. 2.
- « Toulon : Les premiers pas d'une radio chrétienne », *in BIA* n°38. Paris, mai 1983, p.5.
- « Bruxelles : Un nouveau studio pour Radio Maranatha », *in BIA* n°39. Paris, juin 1983, pp. 2,3.
- « Bruxelles : Radio Maranatha - un nouveau directeur », *in BIA* n°41. Paris, septembre 1983, p. 4.
- « Genève : Radio Salève - un gâteau pour 200 personnes », *in BIA* n°44. Paris, décembre 1983, p. 4.
- « Paris : Radios locales - programme spécial », *in BIA* n°45. Paris, janvier 1984, p. 3.

- « Annecy : radio Semnoz fête ses deux ans d'existence et sa dérogation » ; *in BIA* n°50. Paris, juin 1984, p. 2.
- « Marseille : Naissance du Lien FM », *in BIA* n°64. Paris, septembre 1985, p. 3.
- « Paris : La voix de l'espérance sur Radio Métropole », *in BIA* n°69. Paris, février 1986, p. 2.
- VERFAILLIE M., « Bruxelles : Autorisation d'émettre sur la bande FM pour 36 radios », *in BIA* n°74-75. Paris, juillet-août 1986, p. 3.
- « Paris : Rencontre des directeurs des stations de radio adventiste » *in BIA* n°92. Paris, février 1988, p. 2.
- « Collonges-sous-Salève : Séminaire des communications européennes », *in BIA* n°94. Paris, avril 1988, p. 3.
- « Collonges-sous-Salève : Séminaire des communications » *in BIA* n°97. Paris, juillet-août 1988, p. 3.
- « Collonges-sous-Salève : Visite de personnalités à l'I.A.S. » *in BIA* n°97. Paris, juillet-août 1988, p. 3.
- « St Alban : naissance d'une association européenne d'animateurs adventistes de radio », *in BIA* n°98. Paris, septembre 1988, p. 3.
- « Le Havre : Ordonnance d'un médecin : "Ecoutez Radio Albatros" », *in BIA* n°99. Paris, octobre 1988, p. 3.
- « Annecy : Un nouveau centre socio-culturel de l'Eglise adventiste », *in BIA* n°100. Paris, novembre 1988, p. 3.
- « 36.15 Code "La Sentinelle" », *in BIA* n°109. Paris, septembre 1989, p. 2.
- « Pour un meilleur service des radios adventistes », *in BIA* n°116. Paris, avril 1990, pp. 2,3.

« 3000 auditeurs chaque jours à l'écoute de Radio Semnoz », *in BIA* n°138. Paris, avril 1992, p. 2.

« Séminaire des responsables des radios locales adventistes », *in BIA* n°143. Paris, octobre 1992, p. 4.

« Annecy : Radio Semnoz va fêter son 14<sup>e</sup> anniversaire », *in BIA* n°182. Paris, avril 1996, p. 3.

## 2. *Revue adventiste*

« Radios : une extraordinaire opportunité », *in Revue adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, novembre 1981, p. 12.

HENRIOT C., « Radio Semnoz », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, septembre 1982, p. 14.

« Aurons-nous une radio locale en Suisse ? », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, janvier 1983, p. 10.

GRISIER M., « Radio-Salève », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, janvier 1983, p. 10.

« Efficacité de la Radio à Marseille », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, avril 1983, p. 13.

GRAZ J., « Le miracle des radios locales », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1983, p. 10.

« Panorama des radios locales adventistes de la Fédération de France-Sud », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juin 1983, pp. 4-6.

« Communications », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mars 1984, p. 11.

« Radios de France-Sud », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1984, p. 14.

« Une voix pour l'Espérance, appel du 16 juin », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juin 1984, p. 11.

Henriot C., « Gros plan sur nos radios : Semnoz a deux ans ! », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, septembre 1984, p. 12.

BARQUON J.-P., « Radio Sentinelle : premier baptême », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1984, p. 15.

« Fenêtre sur l'éducation, les objecteurs de conscience à Collonges » ; *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1985, p. 16.

BOURICARD R., « La Voix de l'Espérance, Savez-vous... », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juillet-août 1985, p. 11.

LIENARD L., « Radio Maranatha... », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, septembre 1985, pp. 11,12.

BARQUON J.-P., « Communications : six ans après », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1985, pp. 3-5.

« Radio-Semnoz, 3 ans de travail missionnaire sur 91,5 Mhz FM », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1985, pp. 15,16.

POUBLAN G., « Les animateurs des radios locales françaises au Moulin de l'Ayrolle », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, février 1986, p. 10.

« L'Eglise catholique s'intéresse aux radios locales adventistes », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juin 1986, p. 12.

GALLUSSER M., « Les adventistes », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juin 1986, pp. 13,14.

« Radios Locales », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, février 1987, pp. 6,10.

« Un nouvel émetteur à Melun », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1988, p. 15.

ELOFER R., « Convention des communications : du 28 août au 1<sup>er</sup> septembre 1988 à l'Institut adventiste de Collonges-sous-Salève » ; *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, janvier 1989, pp. 13,14.

GRISIER M., « Un arc-en-ciel dans le panorama », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, février 1989, pp. 1-3.

GUENIN D., « Radio Semnoz en première ligne », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1991, p. 15.

BARQUON J.-P., « Ondes courtes et modulation de fréquence : même combat », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, décembre 1992, pp. 14,15.

VERFAILLIE M., « Les radios locales adventistes agissent ! », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1993, p. 13.

MENANTEAU M., « Radio Semnoz, une radio différente », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1996, p. 5.

BARQUON J.-P., « La voix de l'espérance en Normandie », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1996, pp. 8,9.

BARQUON J.-P., « L'évangélisation par la radio », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 1998, pp. 4-7.

« France, 50 ans de radio adventiste », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juillet-août 1998, p. 6.

TRUJILLO J., « Pour la coordination des radios locales adventistes », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2000, p. 7.

« Des radios pour porter l'espérance, l'Évangile sur les ondes », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2001, pp. 6-9.

« Radio Parole de Vie renaît, 100.5 FM à Saint-Malo », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, juin 2001, pp. 6,7.

LEHMANN R., « Dany Guenin reçoit un prix, le travail des radios locales à l'honneur », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, septembre 2001, p. 6.

« L'évangélisation par la Radio », *in Revue Adventiste*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, mai 2002, pp. 8-11.

### 3. *Signes des temps*

« Signes des temps se réjouit des possibilités offertes par la loi autorisant la création de stations de Radios libres », *in Signes des temps*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, janvier-février 1982, p. 33.

SAUVAGNAT B., « Radio-télévision : les émissions religieuses », *in Signes des temps*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, février 1986, pp. 4-8.

« Signes des temps a relevé l'organisation récente d'un séminaire consacré aux communications », *in Signes des temps*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, octobre 1988, p. 18.

« Signes des temps salue la naissance d'un service minitel ouvert par Radio « La Sentinelle » », *in Signes des temps*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, novembre 1989, p. 5.

MAYEUR M., « Un message radio-actif, rencontre avec Richard Elofer », *in Signes des temps*. Dammarie-lès-Lys : Edition Vie & Santé, décembre 1989, pp. 7-8.

## **F. AUTRES DOCUMENTS CONSULTÉS**

HILAL M., SCHMITT B., « Les espaces ruraux : une nouvelle définition d'après les relation villes-campagnes », *in INRA sciences sociales, recherches en économie et sociologies rurales*. Ivry-sur-Seine : Département d'Economie et de Sociologie Rurales de l'Institut National de la Recherche Agronomique Mission Publications, novembre 1997.