

## INTRODUCTION

### 1. Problématique

Notre étude porte sur la problématique du consensus télévisuel au sein des couples kinois. Comme tout média conçu et produit par une culture particulière et consommée par une société donnée, la télévision a des effets certains sur les opinions ou l'ensemble des jugements que l'on se fait à propos d'un objet, et de l'agir des individus.

Depuis un certain temps, nous assistons à l'ampleur que les images télévisées ont pris dans le quotidien des couples kinois qui préfèrent passer leurs journées devant le petit écran. Cet engouement des couples pour la télévision cache de nombreuses choses, qui ne cadrent, malheureusement pas, avec l'évolution de notre société.

La télévision est responsable pour une grande part de ce problème qui est à la base des troubles, des disputes, de l'incompréhension, dans les couples kinois en général et en particulier ceux du quartier Kingabwa. C'est pour dire que devant l'écran, le goût et les couleurs ne se disputent dans les couples. Chacun a ses préférences. Notre problème d'ordre général se pose donc de la manière suivante : quelle est l'attitude des couples placés devant l'écran de la télévision.

La consommation de la télévision a déjà fait l'objet de plusieurs travaux. Le premier est celui de Mwinga Denise<sup>1</sup> intitulé « l'influence de la télévision sur le comportement des adolescents. Cas de la commune de Kalamu ». Sa question de recherche était la suivante : quel est l'impact de la télévision CEBS sur les adolescents de la commune de Kalamu ? L'auteur a émis l'hypothèse selon laquelle bon nombre d'adolescents de Kalamu suivent la CEBS parce que cette

---

<sup>1</sup> MWINGA, D., *Influence de la télévision sur le comportement des adolescents, Cas de la commune de Kalamu*, TFC, Kinshasa, IFASIC, 2006, p.25

télévision les intéresse notablement en enrichissant la culture générale, par rapport à d'autres adolescents qui suivent d'autres chaînes. Dans sa conclusion, elle affirme que la télévision CEBS est bien reçue chez les jeunes adolescents de Kalamu.

La deuxième étude est celle de Nicole Rukeba Chikuru<sup>2</sup> intitulé « influence de la télévision sur la campagne de changement des mentalités. Cas de la commune de Bandalungwa » L'auteur est partie de la question : Quel rôle joue la télévision dans le changement des mentalités des kinois ? Elle a émis l'hypothèse selon laquelle, la télévision joue un rôle important dans la vie des téléspectateurs. Elle conclut que les médias exercent une influence sur le comportement du public consommateur. Ils procèdent au changement de leur comportement.

Par rapport à notre problématique, nous posons la question suivante : y a-t-il divergence ou consensus par rapport à la consommation de la télévision au sein des couples ?

## **2. Hypothèse**

Les variables sociologiques sont des indicateurs de consommation différenciée de la télévision. Les hommes et les femmes ne consomment pas les mêmes programmes, il y a plus de divergence que de consensus dans la consommation de la télévision.

## **3. Méthodes et techniques**

Notre étude se fonde essentiellement sur la méthode sociologique. Elle nous permettra de comprendre l'organisation des individus (couple) et les interactions qui découlent dans les foyers en regardant la télévision. Cette méthode est soutenue par la technique documentaire et celle d'entretien.

---

<sup>2</sup> RUKÉBA, N. Ch, *Influence de la télévision sur la campagne de changement des mentalités, cas de la commune de Bandalungwa*, mémoires, Kinshasa, IFASIC, février 2009, p.3

#### **4. Délimitation du sujet**

Le temps et l'espace sont deux facteurs indispensables pour circonscrire toute recherche qui se veut scientifique. Dans l'espace, nous nous sommes intéressée au quartier, Kingabwa dans la commune de Limete parce qu'il est hétérogène et proche de notre milieu de résidence. Nous allons étudier la problématique du consensus télévisuel et particulièrement élevé dans le quartier. Dans le temps, notre étude se limite à la période couverte par nos investigations. Il s'agit de la période allant de janvier à août 2013.

#### **5. Division du travail**

Notre travail est divisé en trois chapitres, le premier chapitre se rapporte à l'approche conceptuelle et le cadre théorique. Le deuxième chapitre aborde la présentation du quartier Kingabwa, enfin le troisième chapitre concerne le résultat d'enquête sur la consommation de la télévision au sein des couples kinois.

## CHAPITRE I : APPROCHE CONCEPTUELLE ET THEORIQUE

Ce chapitre s'articule autour de deux sections, la première section constitue l'approche conceptuelle. La deuxième section fixe le cadre théorique.

### Section 1 : Approche conceptuelle

Dans cette section nous définissons les concepts clés de notre sujet, ces concepts sont : le couple, consensus télévision et la télévision.

#### a. Couple

Selon le Grand dictionnaire encyclopédique Larousse. Le mot « couple » c'est un homme et une femme unis par les liens de l'amour ou du mariage. Deux personnes animées d'un même sentiment, d'une même volonté, ayant des intérêts, des affinités et des caractères qui se rapprochent<sup>3</sup>.

Le dictionnaire français Larousse renvoie à deux personnes unies par le mariage, liées par un pacs (en France Le pacte civil de solidarité est un contrat. Il est conclu entre deux personnes majeures, de sexe différent ou de même sexe, pour organiser leur vie commune) ou vivant en concubinage<sup>4</sup>.

Pour nous le couple est constitué de deux personnes qui se sont mises d'accord pour vivre ensemble.

---

<sup>3</sup> GRAND DICTIONNAIRE ENCYCLOPEDIQUE LAROUSSE, tome III, Paris, Larousse, 1983, p.2702

<sup>4</sup> PETIT LAROUSSE ILLUSTRÉ, Paris, Larousse, 1991, p.280

## b. Consensus télévisuel

Toujours à cet alignement, le grand dictionnaire définit le mot consensus comme un accord entre personnes et consentement du plus grand nombre du consensus social<sup>5</sup>.

Selon le dictionnaire petit Larousse illustré le consensus est un accord de plus grand nombre d'une majorité de l'opinion publique : cette décision a remporté un large consensus<sup>6</sup>.

Pour Wikipédia, le consensus est un accord général (tacite ou manifeste) parmi les membres d'un groupe, pouvant permettre de prendre une décision sans vote préalable<sup>7</sup>.

Pour nous le mot consensus télévisuel est un accord entre personnes.

## c. Télévisions

Plusieurs définitions ont été attribuées au concept télévision, d'après Wikipédia, la télévision est un ensemble de techniques destinées à émettre et à recevoir des séquences appelées programmes (émission, films et séquences publicitaires)<sup>8</sup>.

La télévision est une forme de communication destinée à la transmission par câble ou par ondes radioélectriques, d'images et scènes animées ou fixées pouvant être reproduites sur un écran au fur et à mesure de leur récepteur ou éventuellement enregistrées en vue d'une reproduction ultérieure.<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup> GRAND DICTIONNAIRE ENCYCLOPEDIQUE LAROUSSE, *op.cit.*, p.2533

<sup>6</sup> PETIT LAROUSSE ILLUSTRÉ, *op.cit.*, p.254

<sup>7</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/consensus> (consulté le vendredi 24 mai 2013 à 15 heures 18')

<sup>8</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/télévision> (consulté le 24 mai 2013 à 15 heures 30')

<sup>9</sup> MWINGA, D., *op.cit.*, p.5

Pour Patrick Basenval, la télévision est comme étant un retour régulier à domicile des messages aussi-visuels qui apparaissent sur l'écran au moment où ils sont émis<sup>10</sup>.

Cela étant, nous pouvons définir la télévision comme un instrument de communication audio-visuel qui permet à l'homme d'acquérir les connaissances sur ce qui l'entoure.

### **c.1. Impact de la télévision**

Elisabeth Guérin soutient que « nous devons reconnaître le rôle que joue la télévision dans la formation de la personnalité<sup>11</sup>.

Dans la famille, l'arrivée de la télévision peut modifier les rapports entre les membres de celle-ci. Elle peut être l'ouvrière de la stabilité du foyer. Tel est le cas de ce couple sans enfants dont le mari sortait tous les soirs laissant sa femme seule s'ennuyer à la maison. Celle-ci opta pour le divorce.

Mais en attendant d'affronter les tracasseries judiciaires, elle acheta un poste téléviseur pour meubler sa solitude. Depuis lors, le mari resta à la maison pour le regarder, et la femme n'évoque plus le divorce.<sup>12</sup>

Comme elle peut être raison d'une frustration madame Anne Carmello a renoncé à la télé. Son mari reste rivé devant l'écran Anne qui aime suivre les informations médicales et littéraires, puisque le mari raffole des Westerns et films de guerre. Il tourne le bouton selon ses goûts. « Je quitte la pièce » se lamente Anne.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> BENSEVAL, P., *La télévision, idéologie et la société*, Paris Larousse, 1982, p.14

<sup>11</sup> GUERIN, E., *Les jeunes et la télévision*, Paris, p.86

<sup>12</sup> MELON, M. *La télévision dans la famille et la société moderne*, Paris, ESF, 1969, p.146

<sup>13</sup> REBETTE, T., ATV « *La révolution silencieuse* » in *l'express édition internationale n°1331*, janvier 1977, p.46

Mais dans l'ensemble, la télé semble un instrument de cohésion au sein de la famille. Selon les résultats d'une enquête de la BCC publiés en 1959, aucune preuve n'était donnée que la télévision transforme la vie familiale (couple). En contrepartie, il peut observer qu'elle augmentait le degré d'intégration de la famille au foyer<sup>14</sup>.

La télévision a des effets certainement positifs mais aussi négatifs dans les couples kinois.

## **C.2. Les effets positifs de la télévision**

La télévision nous donne également la chance de connaître d'autres cultures, certaines régions du monde, d'autres peuples. Elle nous enrichit donc intellectuellement. Ainsi le petit écran est un facteur de rapprochement des peuples, il ouvre une fenêtre sur le monde.

Parmi les effets positifs de la télévision D. Mwenze en énuméré cinq. Mais nous allons citer quelques points à savoir :

La télévision est notre colporteuse c'est-à-dire des nouvelles, le mode est saturé d'événements qui ne sied pas d'ignorer puis qu'ils peuvent avoir un impact important sur notre vie. Elle nous branche sur d'autres visions du monde, d'autres cultures, d'autres projets de société et accroît nos connaissances tout en œuvrant notre champ cognitif à d'autres horizons<sup>15</sup>.

La télévision peut servir d'instrument d'éducation, elle peut aider à prendre conscience des problèmes qui entravent la vie sociale l'environnement ou l'épanouissement individuel et peut être proposée des solutions.

---

<sup>14</sup>MELON, M., *op.cit.*, p.145

<sup>15</sup> MWEZE, D. *Regard sur les téléspectateurs kinois dans la famille et télévision, actes de 28<sup>ème</sup> journée mondiale des communications sociales (logos, Kinshasa, FCK, FCS, 1996, p.13)*

Elle peut suggérer un comportement digne face à une situation. La télévision permet aux membres d'une même famille d'être informés sur la vie politique de leurs pays et prendre les options vis-à-vis d'elles. Elle permet de s'échanger des idées devant celle-ci<sup>16</sup>.

Les effets positifs sont que l'on apprend beaucoup de choses de la vie réelle, dans les documentaires surtout mais aussi dans les films. Dans les films, on peut apprendre par rapport à ce que font les acteurs, comment ils s'approprient le personnage et comment ils le font vivre dans le bien. Dans les documentaires, on apprend plein de choses car elles nous apportent beaucoup d'information<sup>17</sup>.

Elle nous permet de nous distraire face à des problèmes physiques, psychiques dont nous sommes victimes chaque jour.

### **C.3. Les effets négatifs de la télévision**

La télévision en soi ne peut pas être déclarée bonne ou mauvaise, puisqu'elle ne joue jamais. Elle peut aussi être un instrument de destruction si on l'emploie mal. Certaines personnes pensent que la télévision est capable de remplacer l'école ainsi regarder la télévision pendant plusieurs heures fatigue les yeux.

La télévision peut devenir un instrument d'aliénation et de repli sur soi, lorsqu'on en abuse ; elle risque surtout de régenter ou d'imposer un rythme de vie à une communauté ou même à une famille et déterminer les heures de repos, de coucher et même l'aménagement de l'espace familial<sup>18</sup>.

La télévision, est malheureusement le cas de Kinshasa, qui risque d'entraver gravement les valeurs morales des téléspectateurs. Autant que les kinois se réjouissent de l'enrichissement de son espace télévisé par des nouvelles chaînes, autant il la consomme sans discernement, l'enjeu ici n'est pas d'accéder à une formation, mais de

---

<sup>16</sup> *Idem*

<sup>17</sup> CAILLAUD, M., *Membre de l'émission question réponse dans télévision* du 24 janvier, 2008

<sup>18</sup> MWEZE, D., *(dis) famille et télévision*, collection logos, n°1, 1997, p.p.7-8



choisir et de s'approprier une bonne information, c'est-à-dire une information qui est objectivement vraie qui édifie.<sup>19</sup>

Elle crée aussi des fois des incompréhensions, des conflits au sein des couples parce que tel ou tel autre membre de celle-ci veut suivre un autre programme selon ses goûts alors que les autres veulent suivre un programme différent. Le couple quant à lui reçoit tout ce qui lui est donné, sans avoir à se défendre ou à s'imposer.

#### **C.4. Les fonctions de la télévision**

D'après Okomba, les fonctions de la télévision varient selon qu'elle est envisagée comme bien possédé ou comme support de l'information, de la structure et de la distraction<sup>20</sup>.

En tant que support de l'information, la télévision diffuse les sujets d'actualité pour prévenir ou tenir informés les téléspectateurs surtout ce qui se passe dans le monde, en vue de leur donner une vision globale de celui-ci afin de mieux vivre dans leurs environnements<sup>21</sup>.

En tant que support de distraction, la télévision permet de divertissements aux personnes qui la suivent.

Comme support de culture, la télévision aide les téléspectateurs à se doter d'une bonne culture générale.

## **Section 2 Cadre théorique : l'usage et la consommation des médias**

Cette section a pour objectif de faire état des différents facteurs qui déterminent l'usage et la consommation des médias.

---

<sup>19</sup> MWEZE, D., idem p.13

<sup>20</sup> OKOMBA, W., « *La famille et télévision, essai d'analyse structurale* », actes de la 28<sup>ème</sup> journée mondiale des communications sociales, Kinshasa, FCK, FCS, 1996, p.35

<sup>21</sup> MUIGA, D., *op.cit.*, p.6

Avant d'aborder ce point nous allons définir les concepts clés que nous allons utiliser tout au long de notre deuxième section de notre travail, à savoir :

### **a. l'usage**

C'est un nom masculin qui signifie le fait de se servir de quelque chose<sup>22</sup>. Connaissance pratique acquise par l'expérience. C'est mis en activité affective d'une faculté<sup>23</sup>.

### **b. Consommation**

C'est un nom féminin, tout d'abord la consommation désigne en premier lieu l'achat mais aussi un ensemble d'usages des biens. Etymologiquement du latin *consumare*, faire la somme, achever, consumer<sup>24</sup>.

La consommation désigne un ensemble de comportements réalisés par des individus, des entreprises ou un État. Dans le but de satisfaire des besoins ou désirs. Depuis la décision et les modalités d'achat de biens ou services, jusqu'aux interactions entre les multiples paramètres qui gravitent autour de l'achat et de son usage<sup>25</sup>.

### **c. Médias**

Le terme média désigne, dans l'acception la plus large, tout moyen de diffusion ou naturel (comme le langage, l'écriture, l'affiche) ou technique (comme la radio, la télévision, le cinéma, Internet), permettant la communication, soit de façon unilatérale (transmission d'un message), soit de façon multi-latérale par un échange d'informations.

Au sein de cet ensemble, l'expression médias de masse (de l'anglais « mass-media ») caractérise un sous-ensemble important, les médias qui ont acquis une diffusion à grande échelle pour répondre

<sup>22</sup> [www.linternaute.com](http://www.linternaute.com), consulté le 26 juin 2013, à 16 heures 20'

<sup>23</sup> *DICTIONNAIRE LE ROBERT*, Paris, éd. Pierre de Coubertin, 2012, p.744

<sup>24</sup> [www.toupie.org](http://www.toupie.org), consulté le 26 juin 2013 à 16 heures 15'

<sup>25</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/consommation>, consulté le 01 juillet 2013, à 11 heures 15'

rapidement à une demande d'information d'un public vaste, complété dans de nombreux cas par une demande de distraction. La plupart des entreprises dites de média emploient des journalistes et des animateurs de divertissement. Ils recueillent dans un premier temps des informations auprès de sources d'information, en leur assurant la protection des sources d'information, ce qui leur permet d'acquérir une audience, et valorisent dans un second temps leur audience par la vente d'espaces publicitaires. À côté de ce modèle dominant, les chaînes de téléachat et les périodiques ne diffusant que des petites annonces et publicités sont aussi considérés comme des médias<sup>26</sup>.

Etymologiquement le mot « média » en latin est le pluriel de *medium* (milieu, intermédiaire). Le mot français est issu de l'anglais *mass-media*.

La notion d'intermédiaire a aussi une origine grecque, médiation développée par de nombreux philosophes notamment Socrate puis Bergson et nouvellement Francis Balle.

Le terme média est maintenant rarement employé selon son orthographe latine, « Médias » désigne plusieurs supports et « Média » un support unique. Ces termes consacrés par l'usage se retrouvent dans la plupart des dictionnaires<sup>27</sup>.

Parlant de la théorie de la consommation des médias, nous pouvons nous appuyer sur cinq modèles qui permettront au lecteur de mieux saisir certains aspects de comportements des consommateurs de médias et d'information.

### **1. Le modèle de Tichenor, Donohue et Olien**

Ces auteurs démontrent qu'il existe un écart des connaissances entre les strates sociales concernant les informations diffusées par les médias. Cet écart est dû à plusieurs facteurs, et dont les habiletés de communication, les connaissances acquises, les contacts sociaux, les types de médias, l'exposition sélective à ceux – ci, le niveau de scolarisation des consommateurs, la nature du problème ou du conflit qui fait l'objet d'une nouvelle, la structure de

<sup>26</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/mass media](http://fr.wikipedia.org/wiki/mass_media), consulté le 01 juillet 2013, à 11 heures 50'

<sup>27</sup> BALLE, F. et EMERY, G., in *les nouveaux médias*, [www.cnrtl.com](http://www.cnrtl.com) consulté le 15 juillet 2013 à 18 heures 19'

la communauté, la couverture des événements par les médias et la redondance<sup>28</sup>.

Cet écart risque d'être plus grand dans une société pluraliste. Enfin, ces auteurs observent une réduction de cet écart au cours de déclin de la couverture des événements par les médias. L'hypothèse de l'écart de connaissance, élaborée par ces trois chercheurs Tichenor, Donohue et Olien est formulée de la manière suivante : « lorsque la diffusion d'une information par les mass media augmente dans un système social, les couches de la population dont le statut socio-économique est élevé tendent à acquérir cette information plus rapidement que les couches sociales moins privilégiées. L'écart entre ces deux strates sociales tend donc à augmenter plutôt qu'à décroître ». En confrontant les résultats de leurs analyses aussi que les hypothèses qu'ils en tirent aux résultats d'études déjà réalisées sur les communication de masse, les auteurs de ce modèle font les observations suivantes à propos de quatre variables énoncées antérieurement, mais nous nous sommes intéressés aux deux premiers points qui est la nature du problème et la nature du conflit<sup>29</sup>.

Parlons de la nature du problème, lorsque les nouvelles traitent de sujets d'intérêt national qui n'ont pas de conséquence immédiate et importante pour une communauté donnée, la croissance de la couverture médiatique conduit à celle de l'écart des connaissances entre les personnes ou les groupes ayant un niveau de scolarité différent.

Quant à la nature du conflit, contrairement aux sujets d'ordre national ; lorsqu'il s'agit de problèmes locaux, l'écart des connaissances entre les différentes strates sociales diminue lorsque la quantité d'informations transmises augmente.

---

<sup>28</sup> WILLET, G., *La communication modélisée, une introduction, aux concepts, aux modèles et aux theories*, Ottawa, éd. du renouveau pédagogique, 1992, p.458

<sup>29</sup> WILLET, G., *op.cit.*, p.462

Cependant, cet écart varie selon l'intensité du conflit, et l'on constate une plus forte corrélation entre le niveau et l'écart des connaissances lorsque le conflit est perçu comme étant mineur<sup>30</sup>.

## 2. Le modèle de Mc Combs et Show

Ce modèle permet ensuite de découvrir que les consommateurs, non seulement prennent connaissance par l'intermédiaire des médias de nouvelles informations, mais apprennent aussi à accorder l'ordre de priorité à l'importance des événements du jour. Les auteurs considèrent que, les médias permettent au public d'apprendre des choses et sont parfois le seul contact qu'une personne puisse avoir avec la réalité politique, par exemple : le public ne prend pas seulement connaissance d'information factuelle, il apprend surtout quelle importance il doit accorder à un problème ou à un événement compte tenu de l'accent que les médias mettent sur celui-ci. Pendant les quinze années qui, ont précédé l'étude de Mc Combs et Show, les chercheurs avaient mis l'accent sur la théorie des conséquences minimales des mass media sur les individus<sup>31</sup>.

Dans leur étude, M Combs et Show soutiennent que les mass media ont des effets importants sur les individus, mais au lieu de s'intéresser, comme dans les recherches antérieures sur les usages et les effets des médias, aux derniers maillons de la chaîne du processus des communications de masse qui correspondent aux changements de comportements. Ils ont cherché à comprendre les effets qui interviennent dans les premiers maillons de cette chaîne, c'est - à- dire ceux qui se rapportent à la perception et à la prise de conscience, à travers les médias, de ce qui se passe dans le monde<sup>32</sup>.

En réalité, les médias ont plusieurs rôles et cherchent à influencer tant le public que l'élite. En fait, il y a une interaction

---

<sup>30</sup> *Idem*, p.458

<sup>31</sup> <sup>31</sup> WILLET, G., *op.cit.*, p.470

<sup>32</sup> Combs, Mc, M.E. et Shaw D., L., « *The Agenda setting fonction of mass media* », public opinion Quartely, vol 36, 1972, p.176-187

continue entre les propos des membres de l'élite et ce que pense le public.

### **3. Le modèle de Katz, Gurevitch et Haas**

Ce modèle a pour objet de déterminer le rôle que jouent les principaux médias de communication (télévision, radio, journaux, livre et cinéma) dans la satisfaction de certains besoins des individus, ainsi que son importance. Ces auteurs cherchent à savoir, par exemple, lequel de ces médias est le plus employé pour satisfaire les besoins aussi diversifiés que la connaissance de soi, le divertissement, la confiance dans les chefs politiques, les contacts familiaux, etc.

Cette étude de terrain, pourtant simple sur le plan méthodologique, est une des recherches fondatrices, en science de la communication, de la deuxième vague des études sur les usages que les individus font des médias et sur les satisfactions qu'ils en retirent. La spécificité de cette recherche réside en ce qu'elle ne cherche pas à comprendre ce que les médias font aux gens, comme cela avait été le cas depuis le début des années 40, mais plutôt ce que les gens font des médias ; les individus sont ainsi au centre de l'analyse, car on considère que ce sont eux qui décident de l'usage qu'ils font des médias et ou le contraire<sup>33</sup>.

Les auteurs ont effectué un sondage auprès de 1500 répondants de l'Etat d'Israël après avoir établi une liste de 35 besoins pouvant être satisfaits par l'usage des médias. Les résultats de cette étude démontrent que les besoins de connaissance de soi sont satisfaits par l'usage des livres ; alors que l'usage du cinéma ne les comble que très peu. Toutefois, les gens considèrent que c'est par le cinéma qu'ils parviennent le mieux à se distraire, à remonter leur moral à réduire leur stress et à vivre l'expérience de la beauté, et qu'il est suivi en cela par la télévision et les livres<sup>34</sup>.

---

<sup>33</sup> WILLET, G., *op.cit.*, p., 474

<sup>34</sup> Idem, p.476

Les gens consomment la presse écrite pour mieux comprendre les événements et accroître leur connaissance à propos du monde, de leur société, de la vie politique et des relations interethniques. Cette étude démontre que la télévision se situe au premier rang pour ce qui est de la satisfaction de seulement trois des trente-cinq besoins, mais que ce média est le plus souvent considéré comme étant le deuxième ou le troisième moyen de satisfaire un grand nombre de besoins. Autrement dit, la télévision est le média dont on se sert pour satisfaire le plus grand nombre de besoins.

Ces auteurs observent également qu'il existe une structure d'interchangeabilité entre les médias, en ce sens que lorsqu'un média n'est pas disponible pour permettre à des personnes de satisfaire un besoin, celles-ci ont alors tendance à recourir à d'autres médias. Ainsi, la télévision peut être remplacée par la radio ou le cinéma, la presse écrite par le livre ou la radio, le cinéma par la télévision ou le livre, etc.

#### **4. Le modèle de Rosengren**

Ce modèle constitue une synthèse des recherches américaines sur les usages des médias et sur la satisfaction qu'on peut en retirer.

Rosengren propose un paradigme qui intègre différents résultats des deux principales vagues de recherche sur les usages et les satisfactions, celle des années 40 et celle du début des années 70, afin d'en faire la critique et d'ouvrir de nouvelles avenues de recherche. Ce paradigme comporte onze aspects interreliés, tel qu'on peut le constater dans le schéma ci-dessous. A partir de ces différents éléments et de leurs relations causales. Cet auteur élabore une formule du même type que celle de Lasswell (1948) pour décrire un acte de communication<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> WILLET, G., *op.cit.*, p.478

Il s'agit des problèmes qui restent de l'interaction entre les besoins personnels et les sociaux. Le concept de problème est en voie d'être opérationnaliste.

La consommation des médias n'est pas la seule manière de résoudre les problèmes humains. Les solutions qui sont perçues comme étant appropriées et pertinentes dépendent tant des caractéristiques de la personnalité de chaque individu que celles de la société. Il existe donc des structures de solution qui sont en relation avec celle des problèmes propres à chaque personne et à chaque société. Il est difficile de distinguer empiriquement motif, besoin et problème. Cependant, on peut considérer sur le plan analytique que les relations entre les problèmes qu'une personne perçoit et les solutions qu'elle entrevoit peuvent lui donner des motifs d'agir.

Les chercheurs qui étudient les usages et les satisfactions se sont plus préoccupés des comportements de consommation des médias que les motifs qui déterminent ces comportements. Ils se sont plus précisément intéressés à l'usage des médias dans l'optique du temps qui leur est consacré, des types de médias et, enfin des différentes relations qui s'établissent entre le consommateur et le contenu des médias.

## **5. Le modèle de Septrup**

Ce modèle, malgré l'abondance de recherches empiriques sur l'usage des informations et sur la consommation des médias, les chercheurs danois Preben Sestrup déplore l'absence d'un modèle qui rendrait compte des comportements humains de consommation d'information. Dès lors, il propose en 1977 un modèle général permettant, d'une part de comprendre les facteurs qui influencent l'acquisition d'information et, d'autre part, de décrire, d'expliquer et de prévoir les besoins d'information<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> WILLET, G., *op.cit.*,



Pour développer son modèle, l'auteur s'inspire de résultats de recherches empiriques ainsi que de différents aspects des théories du comportement de consommation, des théories de la consommation de masse ainsi que des études sur les usages et les satisfactions. Avant de présenter son modèle de consommation d'informations, Sepstrup définit différents concepts et formule, sous forme d'hypothèses, un cadre de référence relatif aux comportements individuels d'acquisition d'information, qui servira de point d'ancrage à son modèle.

L'information est définie comme étant la connaissance par l'intermédiaire de la consommation des médias, d'événements extérieurs perçus par les sens et auxquels l'individu attribue de la signification déterminant ainsi l'usage qu'il peut en faire.

La valeur d'une information dépend toujours de l'individu, de ses connaissances acquises et de la probabilité de satisfaction qu'il pense en retirer. Ainsi, la même information peut avoir une valeur différente pour des personnes différentes.

Les personnes utilisent les médias parce qu'elles ont des intérêts particuliers et des besoins à satisfaire : elles doivent donc faire usage de plusieurs sources d'informations. Cet usage varie selon les caractéristiques de la société, des groupes et des individus. Une personne ne remarque pas une information dont elle n'a pas besoin et n'est donc pas influencée par celle-ci.

Selon l'hypothèse de l'usage normal des médias, le consommateur cherche le plus possible à satisfaire ses besoins d'informations par des habitudes routinières. Le consommateur modifie ses habitudes seulement lorsque d'importants problèmes ne peuvent être résolus par sa démarche habituelle de consommation d'information<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> WILLET, G., *op.cit.*, p.486

La quantité d'information attendue est définie comme étant la portion du besoin d'information que le consommateur prévoit être capable de satisfaire. Il s'agit d'une évaluation générale faite par le consommateur et basée sur ses expériences en matière de recherche d'informations.

Sepstrup considère que les perceptions antérieures qu'a le consommateur de la valeur de l'information influent sur la quantité d'informations qu'il espère obtenir.

Ce chapitre nous a permis de constater les comportements d'usage des médias et les satisfactions qu'en retirent les consommateurs sont influencés par de nombreux facteurs inhérents non seulement aux diverses caractéristiques psychologiques et sociales de personnes mais également au système de production industrielle de message. De plus, il apparaît que les résultats de ce domaine de recherche posent plus de problèmes qu'ils n'en résolvent. Cependant, la définition de ces différentes fonctions ne permet pas pour autant d'expliquer et de comprendre les modes d'usage des médias ni de présumer des satisfactions qu'en retirent les consommateurs. Et alors même que la problématique fondamentale des recherches sur les usages de médias et sur les satisfactions que les consommateurs en retirent est à revoir presque entièrement, il semble que les difficultés liées à une telle opération aient incité des chercheurs à développer plutôt une problématique des industries culturelles.

Cette problématique ne clarifie pas pour autant les relations entre les entreprises médiatiques et leurs consommateurs, ni les problèmes que posent leur acquisition et leur compréhension.

## **CHAPITRE II: PRESENTATION DU QUARTIER KINGABWA**

Dans ce chapitre il est question de présenter le quartier Kingabwa comme étant notre champ de recherche. Le chapitre se structure autour des points suivants : la situation historique, la situation géographique, question administrative, aspect juridique du quartier Kingabwa, situation de la population, la situation économique et enfin situation politique.

### **Section 1 : Situation historique**

Le quartier Kingabwa est un ancien village des autochtones « Teke ». Il longe le fleuve Congo au pool Malebo. Avec l'évolution de l'urbanisme, ceux-ci donnèrent leur place aux peuples « Yeke » suivis d'autres tribus venant de diverses communes de la capitale. Après cette immigration, les Teke trouvèrent leur refuge à Mombele où ils trouvèrent mieux d'y vivre définitivement<sup>38</sup>.

Vers les années 1956, administrativement, ce quartier fut reconnu par les colonisateurs comme un quartier (zone annexe) de la ville de Léopoldville.

Le quartier Kingabwa fut dirigé par plusieurs chefs dont nous citons quelques-uns : Moleko, Nzoy, Kidiongo, Sala de 1976 à 1978, Ekofo Ndeke de 1978 à 1982, Madame Bafobo – Mboyo, l'adjoint, monsieur Makani Ebengo, de 1983 à 1998, de 1998 à 2006 madame Mete Pinda et l'adjoint Ndombe Ilonga et enfin Madame Kevani Ngobila, l'adjoint Mazuku Maketa de 2006 à ce jour.

---

<sup>38</sup> Rapport annuel du quartier Kingabwa sur les archives 2012, reçu le 11 mars 2013

## **Section 2 : Situation géographique**

Le quartier Kingabwa est limité à l'Est par les rues Bosuka et Bokele, voisinage avec le quartier Mbamu, à l'ouest par la rivière Kalamu, au nord par le fleuve Congo et enfin au Sud par les avenues Lumumba et poids lourds.

### *a. Hydrographie*

L'hydrographie du quartier Kingabwa est composée de (du) :

- La rivière Ngwele qui se jette dans le fleuve au niveau de quartier Kingabwa ;
- La rivière Kalamu ;
- Le ruisseau Kwamataba.

### *b. Nature du sol et sous-sol*

Le sol est argileux, sablonneux et une partie marécageuse.

## **Section 3 : Question administrative**

Le quartier Kingabwa est subdivisé en sept localités qui sont dirigées par les chefs de localités suivants :

- Localité Ebale Congo : le chef de localité messieurs Malonga, Adjoint Shungu ;
- Localité Moleko : chef de localité Lopitalo ; adjoint Masumbuku ;
- Localité Nzenze : chef de localité, messieurs Apuka, adjoint Buende
- Localité Kwamataba : cheftaine de localité, madame Sema Bokomo, sans adjoint ;
- Localité Madrandele : cheftaine Aicha, sans adjoint ;
- Localité Pêcheurs : chef de localité, messieurs Leza Avinamo, adjoint Makita ;

- Localité Bribano : une grande partie déménagée par l'hôtel de ville.

### **3.1. Sur le plan administratif**

L'effectif du personnel de quartier Kingabwa se présente de la manière suivante :

- Chef de quartier : Madame Kevani Ngobi la jeannine
- Chef de quartier adjoint : monsieur Mazuku Maketa
- Secrétaire du quartier : Madame Mboyo Isekako
- Agents recenseurs : Messieurs :
  - Ohalo wa Djanga
  - Okito Wembi
  - Bopati Nkuli
  - Fambwa Joseph
  - Mongwanga Ekofo

### **3.2. Bureau relais**

- Chef de quartier adjoint : monsieur Mboyo Isekako
- Chef de la population : Néant
- Chef de recenseur : messieurs Ebeba Madinga

### **3. b. Infrastructure**

Sans bâtiment pour le bureau du quartier Kingabwa, les travaux se passent dans un petit bureau en tôle l'équivalent d'un container métallique.

## **Section 4 : Aspect juridique du quartier Kingabwa**

Le quartier Kingabwa comme tout autre, est une entité des centres vers les années 1986 le colonisateur fut reconnue comme quartier (zone annexe).

#### **4.1. Situation juridique**

En 1982, vu l'ordonnance loi n°82008 du 25 février 1982 portant organisation territoriale, politique et administrative en République du Zaïre a permis au quartier de se subdiviser en sept localités, il s'agit de :

- Ebale Congo ;
- Moleko ;
- Mama-Nzenze
- Mandrandele ;
- Kwamataba ;
- Pêcheur ;
- Bribano

Mais aujourd'hui, le quartier Kingabwa est surpeuplé de la population de l'Equateur et le travail le plus répandu l'Est la pêche et l'agriculture.

### **Section 5 : Situation de la population**

La situation de la population est annexée dans le tableau synoptique soit une population de 36.397 habitants dont 36.286 congolais et 115 étrangers.

#### **5.1. Inondation**

Les eaux de pluie n'en finissent pas de parler d'elles dans le quartier Kingabwa en provoquant quelques dégâts matériels, heureusement sans perte en vies humaines durant le dernier trimestre de l'an 2012.

#### **5.2. La salubrité**

Sur ce point, le chef du quartier et ses collaborateurs sensibilisent les responsables à chaque fois des sociétés de la place et quelques habitants, les invitants à sarcler, à balayer et à repeindre les murs devant leurs parcelles.

En plus, le personnel du bureau du quartier a fait le Salongo le long des avenues Mandrandele et poids-lourds pour montrer l'exemple à notre population, l'importance de la propriété aux alentours de nos avenues et rue ainsi que leurs propres habitants.

### **5.3. Infrastructure scolaire**

Le quartier Kingabwa a un seul établissement supérieur et universitaire nommée Université Cardinal Malula sur l'avenue Kingabwa. On compte plus de six écoles secondaires et dix écoles primaires, parmi ces écoles il y a des établissements privés et professionnels.

### **5.4. Structure sanitaire**

Les localités pécheurs et Bribano vivent toujours dans des conditions hygiéniques non viables par manque de latrines appropriées. C'est pourquoi les maladies hydriques y sont permanentes. Ce quartier possède quatre polycliniques, cinq dispensaires, six laboratoires pharmaceutiques, neuf pharmacies.

## **Section 6. Situation économique**

La situation économique n'a pas connu de changement positif dans ce domaine durant toute l'année.

Les sociétés et les entreprises elles sont classifiées de la manière suivante :

#### *a. Avenue piroquier*

- *Café carioca*
- *Kerrygold*
- *Décortiqueuse*

#### *b. Avenue Brasserie*

- *Société de fabrication de bidon ;*
- *Pégál ;*

- *Brasserie Simba ;*
- *Zapac ;*
- *Décortiqueuse café*
- *Fabrication de sachets et bougies ;*
- *Bracongo ;*
- *Usine de fabrication Whisky*

*c. Avenue de métallurgie*

- *Socimex ;*
- *Savonnerie Kin ;*
- *Ports des sociétés pétrolières*

*d. Avenue métallurgie*

- *Ami-Congo ;*
- *Pen ;*
- *Sogalkin ;*
- *Forest ;*
- *Sogagec ;*
- *Congo futur ;*
- *Boulangerie pain ;*
- *Port maman Ingalu*

*e. Avenue Kingabwa*

- *BAT ;*
- *Congo futur ;*
- *Agence en douanes ;*
- *Scierie Lomata*
- *Dépôt Kansebu ;*
- *Société Promatel*
- *Société Soforma ;*
- *Polex,*
- *Teddy Paint ;*
- *Boulangerie Kena*

*f. Avenue de la plaine*

- *Fabrication produits de beauté ;*
- *Congo transport*
- *MK Usine de mousse et tôles*
- *Siforco ;*
- *Langi Congo*



- *Scierie Aceko*

- *Scierie ITB*

*g. Avenue Boboto*

- *Office des routes TP*

- *Imprimerie graphic System*

- *Sindco SPRL ;*

*h. Avenue Mandrandele*

- *Société africaine de transport ;*

- *Telbcabo ;*

- *Microcom ;*

- *Sofoco ;*

- *Sany ;*

- *Sogecor*

- *Sofia*

- *XL média ;*

- *Vidi bois*

*i. Avenue des poids-lourds*

- *GTM*

- *Iveco*

- *Doreco*

- *Moulins à manioc : 20*

- *Marchés :*

- *Coin wamba*
- *Coin kingabwa et Assoba*
- *Coin Idi-Amin et du fleuve*

## **Section 6 : Situation politique**

Une chose est vraie que la population de ce quartier Kingabwa a pu travailler avec les membres du bureau de quartier Kingabwa en parfaite collaboration y compris les chefs de localité et les notables. Ceci a permis de sensibiliser ladite population de se prendre en charge sans se laisser manipuler par la démagogie politicienne<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Rapport annuel du quartier Kingabwa sur les archives 2012, op.cit

En résumé nous dirons que le quartier Kingabwa fut un ancien village Teke. Ce quartier fut reconnu vers les années 1956 par les colons. Il est subdivisé en sept localités. Le quartier Kingabwa compte 36397 habitants et compte une seule université à savoir l'université Cardinal Malula.

## **CHAPITRE III : RESULTATS DE L'ENQUETE**

Ce chapitre valide notre hypothèse recherche. Il est divisé en trois sections ; la première porte sur le protocole méthodologique, la deuxième sur l'analyse des données et la dernière sur l'interprétation des résultats.

### **Section I : Protocole méthodologique**

Notre sujet de recherche porte sur la problématique du consensus télévisuel au sein des couples kinois. Cas de quartier Kingabwa dans la commune de Limete.

Notre préoccupation majeure est celle de savoir s'il y a divergence ou consensus par rapport à la consommation de la télévision au sein des couples?

A cette question nous répondons à titre d'hypothèse que les variables sociologiques sont des indicateurs de consommation différenciée de la télévision. Cela veut dire que les hommes et les femmes ne consomment pas les mêmes programmes, il y a plus de divergence que de consensus dans la consommation de la télévision.

Pour mener cette étude nous avons effectué un entretien auprès des couples du quartier Kingabwa.

#### **I.1. Opérationnalisation des concepts**

Les concepts à opérationnaliser sont les suivants : variables sociologiques, consommation différenciée, programme, divergence et consensus.

<b>Concepts</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Indicateurs</b>
variables sociologiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sexe</li> <li>- Age</li> <li>- Profession</li> <li>- Niveau d'étude</li> <li>- Habitation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculin et féminin.</li> <li>- 25 à 50 ans</li> <li>- Chômeurs, travailleurs, commerçant</li> <li>- Universitaire et humanitaire</li> <li>- Selon les avenues</li> </ul>
indicateurs de consommation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possession</li> <li>- Utilisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Achat</li> <li>- Ecoute</li> </ul>
Programme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Information</li> <li>- Formation</li> <li>- Divertissement</li> <li>- Series et films</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Journal télévisé</li> <li>- Prédication</li> <li>Jeux, musiques,</li> <li>- Films nigériens, théâtres</li> </ul>
Divergence	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas d'accord</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réfus de regarde tel programme</li> </ul>
Consensus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accord</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceptation d'un programme ensemble</li> </ul>

## **I.2. Méthodologie**

Pour réaliser cette recherche nous avons utilisé la méthode sociologique appuyée par la technique d'entretien.

A cet effet nous nous sommes entretenus avec 10 couples dont 5 hommes et 5 femmes du quartier Kingabwa.

### **I.2.1. Procédure d'analyse**

Notre entretien a été réalisé à l'aide d'un questionnaire auprès des couples qui étaient retenues pour le rendez-vous.

Les données ont été collectées sur base d'un questionnaire élaboré en français ayant cinq modules suivants :

- L'âge,
- Le sexe,
- La profession,
- Le niveau d'étude, et
- L'habitation.

Ce questionnaire bien qu'ayant été écrit en français, il a été administré selon la langue bien comprise par les enquêtées.

## **Section II : Analyse des données**

### **II.1. Texte d'entretien**

Voici en résumé l'ensemble de dix entretiens que nous avons réalisés dans le quartier Kingabwa à propos de la consommation de la télévision telle que vécu dans le couple.

## **1. Première enquêté : Huguette MANGETE**

***Je m'appelle Huguette ; je suis âgé entre 31 à 36 ans, je fais rien comme profession où métier donc je suis chômeur. J'ai un poste téléviseur marque Samsung et comme chaîne de télévision préférée, j'aime suivre la CNTV et la RTG@ pour me distraire. Et comme programme préféré je m'intéresse beaucoup aux séries télévisées diffusées par ces deux chaînes. Mon conjoint quant à lui aime le sport. Nous n'avons pas un programme commun à suivre ensemble. Ça nous arrive parfois de suivre ensemble une émission musicale profane et religieuse. En cas de divergence mon mari me laisse la télévision.***

A l'issue de notre enquête nous avons constaté la divergence sur les programmes communs à suivre par rapport à nos enquêtés.

## **2. Deuxième enquêté : Papy KONGOLO**

***Je m'appel Papy KONGOLO âgé de 25 à 30 ans, j'exerce plusieurs professions, malgré mon niveau de diplômé d'Etat. Bien sûr, j'ai un poste téléviseur de marque Sharp. Ça m'arrive aussi de regarder la télévision le matin et soir souvent au salon, ma chaîne préférée est Digital, mon programme préféré est l'information. Ma conjointe préfère la musique religieuse et profane. Les programmes d'ensemble presque sont musiques religieuse et profane. Par rapport au mode d'écoute souvent on regarde en famille. En cas de divergence ma femme me laisse la télécommande.***

Dans ce couple, nous avons aussi constaté la divergence par rapport aux programmes à suivre dans la télévision. Pour cela, la femme a choisi bon de laisser la télécommande à son mari en cas de divergence.

### 3. Troisième enquêté : Myriam MUNGUNGU

***Je me présente au nom de Myriam, je suis âgé de 37 à 42 ans. Je suis licenciée en Droit et travailleur. J'aime bien regarder la télévision le matin en chambre. Ma chaîne préférée est l'Euronews. Ça me permet de suivre les informations et me divertir. Comme programme préféré de mon conjoint, sont les informations et humour. Notre programme d'ensemble nous avons l'habitude de suivre la musique en général. Nous regardons toujours en famille. En cas de divergence je me soumette volontiers au choix de mon mari.***

Ici nous avons une convergence du programme en l'occurrence l'information que ça soit du côté de l'homme que de la femme. Mais dans le cas de divergence, la femme se soumette au choix de son conjoint, comme dit la Bible, la femme soit soumise.

### 4. Quatrième enquêté : Papy Boyanga

***J'ai m'appelle Papy, je suis âgé de 49 ou plus ans, je suis gradué en mécanique générale. Comme métier exercé, je suis vendeur de téléphone cellulaire. J'ai un poste téléviseur de marque Philips et j'aime suivre la dite télévision souvent le matin mais en chambre avant de sortir. Comme ma chaîne préférée, j'aime suivre la TV5 Monde. Enfin de suivre les informations et les émissions sportives. Aussi mon épouse aime l'information et l'émission « bizaleli ya mwasi » sur Amen TV parce que c'est une émission qui intéresse beaucoup des couples et nous sommes un couple qui parraine beaucoup des mariages. Notre programme d'ensemble est le théâtre. J'aime suivre la télévision toute seule. En cas de divergence, il y a le dialogue qui s'instaure et un programme sera choisi pour notre satisfaction commune. Cela pour éviter des énervements avant d'aller au lit.***

Encore ici, nous avons une convergence des programmes à suivre ; à savoir l'information, et une émission particulière « bizealeli ya mwasi ». Même en cas de divergence, le couple met une troisième chaîne pour éviter des disputes entre eux.

## 5. Cinquième enquêté : Costa KITAMBALA

*J'ai m'appelle Costa, je suis âgée de 25 à 30 ans je suis gradué en comptabilité. J'ai un poste téléviseur du type pane vision, je passe toute ma journée à regarder la télévision au salon, parce que je suis chômeur. Je préfère la chaîne Télé 50 à cause de leur grille de programme ainsi que la propreté de leur plateau. Je m'intéresse à la télévision pour suivre les informations, c'est-à-dire de se mettre à jour, se distraire, se cultivé, etc. tandis que mon conjoint lui préfère suivre les émissions politiques. Comme programme d'ensemble nous aimons bien regarder le théâtre et le film pornographique. En cas de divergence sur le programme, je cède la télécommande à mon mari.*

Selon notre constat, les enquêtés n'ont pas les mêmes programmes à suivre à la télévision. Dans l'ensemble, nos enquêtés aiment suivre les programmes cités ci-haut. En cas de divergence ou dispute devant la télévision, la femme préfère céder la télécommande à son époux.

## 6. Sixième enquêté : Bienvenu Limbomboko

*Je me nomme Bienvenu je suis âgé de 31 à 36 ans, je suis gradué en économie et pasteur titulaire à l'église source de vie, j'ai une télévision et j'aime regarder la télévision souvent le soir au salon, j'aime suivre la RTNC ; mon programme préféré est l'émission socio-culturelle. Tandis que ma conjointe préfère suivre le journal télévisé. Comme programme d'ensemble il y a le jeu télévisé. Exemple question pour un champion. Nous regardons toujours en famille, en cas de divergence sur le programme à suivre, ma femme me laisse la télécommande.*

Dans cette couple, nous avons remarqué que nos enquêté n'ont pas le même choix du programme télévisé à suivre.



Souvent en cas de divergence, la femme laisse la place à son mari, parce qu'elle prend tout son temps à l'absence de son mari pour suivre son programme préféré.

## **7. Septième enquêté : Gertrude KENGUMBE**

***Je m'appelle Gertrude je suis âgé de 43 à 48 ans, je suis graduée en nutrition, je travaille à Diaming, j'ai un poste téléviseur marque pana vision, j'aime regarder la télévision souvent le soir au salon ; ma chaine préférée est le B-ONE. La télévision me permet de me distraire et à m'informer. Mon programme préféré est les séries télévisées. Tandis que mon conjoint préfère la musique. Notre programme commun est l'information. Nous regardons en famille. En cas de divergence celui qui a la télécommande qui commande.***

Nous avons encore ici une divergence sur le programme à suivre par rapport aux choix, des chaînes et des images projeter par la dite télévision de nos enquêtés. L'un préfère suivre les séries et l'autre la musique. Dans telle circonstance, celui qui a la télécommande qui commande.

## 8. Huitième enquêté : Roger LAZIO

***Je m'appelle Roger, je suis âgé de 37 à 42 ans Internationales (RI) travailleur chez Vodacom, j'aime regarder B-One à cause de la qualité des leurs informations, je préfère suivre la télévision, car cette dernière m'informe sur la situation du pays et du monde en général. Je n'ai pas de tranche d'heure pour regarder la télévision, comme programme préférée, j'aime les émissions de débats politiques et le divertissement tandis que ma femme préfère la musique, le théâtre ainsi que les informations. Nous suivons la télévision en famille, notre programme d'ensemble est les séries télévisées. Comme programme commun, il n'y a pas de choix, tantôt c'est la musique, l'information, le cinéma et d'autre qui nous intéresse. En cas de divergence, nous zappons les chaînes de dispute.***

Nous avons ici la divergence des programmes à suivre par nos enquêtés qui dit que les goûts et les couleurs ne se discutent pas, c'est-à-dire chacun son choix, son goût et sa préférence. En cas divergence, le couple enlève la chaîne pour mettre une troisième chaîne pour éviter des disputes.

## 9. Neuvième enquêté : Bébé MISINGO

***Je m'appelle au nom de Bébé je suis âgé de 49 ou plus, je suis diplômé d'Etat en commercial et administratif, je travaille chez les libanais, j'ai une télévision de marque Samsung. J'aime regarder la télévision, je ne pas de tranche d'heure fixe et je la regarde au salon. Comme chaîne de télévision préférée, j'aime les chaînes étrangères comme Euronews. La télévision m'intéresse beaucoup car elle me permet de suivre les informations, tandis que mon mari lui aime suivre les émissions sportives, comme programme ensemble il y a l'information parce que les informations ça nous permet de connaître tout ce qui se passe dans le pays ou ailleurs qu'on suit toujours en famille, notre tranche d'heure varie souvent à 20 heure, 21 heure ou 23 heure, en cas de divergence je laisse la chaîne préférée de mon mari.***

Nos enquêtés n'ont pas le même programme à suivre dans la télévision. Dans ce cas, la femme comme elle obéit à son mari, elle préfère laisser le programme de son conjoint en cas de divergence.

## **10. Dixième enquêté : José Mbaya**

***Je m'appelle José je suis âgé de 43 à 48, je suis gradué en informatique, j'ai un poste téléviseur de marque SONIC, que je regarde au salon, mais je n'ai pas de tranche d'heure fixe, je préfère les programmes de la chaine TV5 Monde par rapport à leur émission diffusé, mais j'en ai plusieurs souvent ça m'arrive de fois de suivre que les informations. Le programme préféré de ma conjointe est le théâtre. Comme programme d'ensemble nous préférons suivre les informations. Ça me va de regarder la télévision seule. En cas de divergence je m'impose.***

Ici nous avons remarqué l'imposition de l'homme qui veut l'autorité vis-à-vis de sa femme par rapport au programme à suivre dans la télévision.

## Synthèse

Pour notre enquête menée dans le quartier cité ci- haut, nous avons constaté : presque toutes les maisons ont des postes téléviseurs mais qui sont des marques différentes.

Presque Tous les couples aiment regarder la télévision, mais des chaines diverses (différentes) Selon les goûts de chacun(e) la télévision intéresse les couples par rapport aux images, ça inspire la réflexion, à être informé de la situation du pays, et du monde en général, ça permet à se documenter, de se mettre à jour et de se distraire exprime les couples. Par rapport aux programmes préférés de conjoint ou conjointe les uns préfèrent suivre des informations, tandis que d'autres des émissions politiques, etc.

Pour la tranche d'heure ça dépend de la disponibilité de chacun (e) selon ses occupations, d'autres le matin, d'autres le soir et d'autres matin et soir. En cas de divergence, la tendance générale a été observée du côté des femmes, qui souvent par respect et refus des disputes ont fait le choix de laisser à leur mari le privilège de changer le programme selon leur goût. Tandis que d'autres ont opté pour un changement d'un chaîne tiers, c'est-à-dire une troisième chaine afin d'éliminer le choix de l'un et l'autre.

Dans d'autre cas, le mari a tendance à imposer sa volonté contre le choix de sa femme. En général la tendance générale a été qu'au sein des couples il y a plus de divergence que de convergence quant au programme à suivre

## II.1. Repérage des données

Les données dont la copie en annexe compte dix questions qui se rapportent aux thèmes suivants :

- Possession de la télévision,
- Ecoute de la télévision,
- Programme consensuel (heure),
- Contexte d'écoute,
- Chaînes préférées,
- Programme préféré,
- Programme préféré du conjoint,
- Programme regardé ensemble,
- Mode d'écoute,
- Programme dissensuel.

Dans cette partie nous allons regrouper les différentes données en rapport avec notre recherche sous forme d'un tableau.

Tableau n°1 Repérage des données

N°	Thèmes	Sujet 1	Sujet 2	Sujet 3	Sujet 4	Sujet 5	Sujet 6	Sujet 7	Sujet 8	Sujet 9	Sujet 10
1.	Possession de la télévision	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
2.	Ecoute de la télévision	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
3.	Tranche d'heure	Matin et soir	Matin et soir	Matin	Matin	Matin et Soir	Soir	Soir	Pas de tranche d'heure ou variation d'heure	Pas de tranche d'heure ou variation d'heure	Pas de tranche d'heure ou variation d'heure
4.	Contexte d'écoute	Salon	Salon	Chambre	Chambre	Salon	Salon	Salon	Salon	Salon	Salon
5.	Chaînes préférées	Cntv et Rtg@	Digital	Euronews	Tv5 Monde	Télé50	Rtnc	B-one	B-one	Euronews	Tv5 Monde
6.	Programme préféré	Information	Information	Divertissement et informations	Information et émission sportive	Jeux télévisés	Socioculturelle	Series et films	Divertissement et émission de débat politique	Series et films	Informations
7.	Programme préféré du conjoint (e)	Sports	Musiques religieuses et profanes	Information et humour	Information et émission bizaleli ya mwasi	Emission politique	Informations	Musiques religieuses et profanes	Sports	Sports	Théâtres
8.	Programme regardé ensemble	Musiques religieuses et profanes	Musiques religieuses et profanes	Musiques religieuses et profanes	Théâtres	Théâtres et le film pornographique	Jeux télévisés	Informations	Series et films	information	Informations
9.	Mode d'écoute	En famille	En famille	En famille	Seul	En famille	En famille	En famille	En famille	En famille	Seul
10.	Cas de divergence	Soumission du conjoint	Soumission de la conjointe	Soumission de la conjointe	Soumission de la conjointe	Soumission de la conjointe	Soumission de la conjointe	Celui qui a la télécommande qui commande	consensus	Soumission de la conjointe	Imposition de l'homme

## II.2. Regroupement des données

Nous avons constaté que l'ensemble de nos enquêtés dispose d'un poste téléviseur et tous nos enquêtés la regardent au moins tout le jour, l'heure d'écoute de la télévision dépend de la disponibilité de chacun selon leurs occupations entre autres ; le matin, le soir, d'autre matin et soir, et nous avons ensuite relevé que d'autres n'avaient pas d'heures fixe pour suivre la télévision. Ils aiment regardés la télévision au salon et d'autres en chambre mais malgré la diversité des chaines entre autres: Cntv et Rtg@,Digital, Euronews, Tv5 monde, Télé 50, Rtno et B-one. Pour ce qui est programmes préférés de nos enquêtés, nous avons : l'information, le divertissement, les jeux télévisés, les socioculturels, les séries et le théâtre.

Par rapport aux programmes préférés du conjoint(e) la majorité préfèrent suivre les émissions sportives, les musiques religieuses et profanes, l'information, les émissions politiques, et les théâtres. En ce qui concerne le programme d'ensemble nous avons constaté que nos enquêtés préfère suivre ensemble la musique en général, d'autre le théâtre, les jeux télévisés et les émissions politiques. Certains préfèrent suivre en famille et d'autres seuls pour éviter le dérangement. En cas de divergences la tendance générale a été observée du coté de tout de la conjointe qu'elle laisse le privilège à son mari de mettre la chaîne de son choix.

Nous avons relevé que la majorité de nos enquêtés disposent d'une télévision, la regarde tout le temps au salon en famille et parfois seul s'il y a un programme qui n'intéresse pas les autres. En la regardant, ils ont quelques chaines et émissions de préférence tenant compte du programme et de l'heure de la diffusion les maris préfèrent suivre les émissions sportives et les femmes sont souvent soumises au programme du mari.



### **Section III : Interprétation**

Nous avons constaté que la plupart de nos enquêtés disposent un poste téléviseur dans leur maison. Et ils suivent aussi la dite télévision. Cependant nos enquêtés n'ont pas d'heure fixe pour suivre la télévision. La plupart c'est dans la soirée. Le poste téléviseur étant installé au salon, la plupart de nos enquêtés sont confortablement installé au salon qu'en chambre afin de suivre la télévision. La chaîne TV5 Monde, Euronews, et B-ONE sont les chaînes les plus suivies par nos enquêtés. Pour le cas des programmes préférés du conjoint(e) les émissions sportives, les informations et la musique sont les plus suivies ou consommées par nos enquêtés. Parmi les programmes regardés ensemble par les conjoints nous avons observés que la musique religieuse et profane est la plus suivie que d'autre programme. Par rapport au mode d'écoute, nos enquêtés préfèrent suivre la télévision en famille que seule. En cas de divergence, la tendance générale a été observée du côté de tous les mondes, la soumission du conjointe domine que souvent par respect et refus d'éviter les disputes et laissent à leur mari de mettre le programme selon leur choix. Tandis que pour les autres, c'est tantôt la personne qui tient la télécommande qui aura le dernier mot, soit encore d'une troisième chaîne tierce et enfin, l'imposition du mari qui l'emporte.

## CONCLUSION

Notre travail a porté sur la problématique du consensus télévisuel au sein des couples kinoïsis. Cas de quartier Kingabwa dans la commune de Limete.

Au regard de cette préoccupation, nous avons formulé notre question de la manière suivante : celle de savoir s'il y a divergence ou consensus par rapport à la consommation de la télévision au sein des couples?

De cette question nous avons répondu à titre d'hypothèse que les variables sociologiques sont des indicateurs de consommation différenciés de la télévision. Cela veut dire que les hommes et les femmes ne consomment pas les mêmes programmes, il y a plus de divergence que de consensus dans la consommation de la télévision.

Pour vérifier cette hypothèse nous nous sommes entretenus avec dix couples du quartier Kingabwa dans la commune de Limete dont cinq femmes et cinq hommes.

Notre recherche est divisée en trois chapitres. Le premier a porté sur le cadre conceptuel et théorique, le deuxième a présenté le quartier Kingabwa et le troisième sur les résultats de l'enquête.

Après analyse et description des données recueillis, nous sommes arrivés à la conclusion que Les programmes consensuels de nos couples sont les films, séries, l'information et théâtres ceux-ci ont retenu l'attention de la majorité de nos enquêtés et une grande partie de femmes obéissent à leur mari par rapport au programme télévisé en regardant ensemble.

## BIBLIOGRAPHIE

### I. Ouvrage

1. BENSEVAL, P., *La télévision, idéologie et la société*, Paris Larousse, 1982.
2. GRAND DICTIONNAIRE ENCYCLOPEDIQUE LAROUSSE, tome III, Paris, Larousse, 1983.
3. GUERIN, E., *Les jeunes et la télévision*, édition, Fleurus, 31,33, rue de Fleurus, Paris 6 collection psychologie et éducation.
4. MELON, M. *La télévision dans la famille et la société moderne*, Paris, ESF, 1969.
5. MWEZE, D. *Regard sur les téléspectateurs kinois dans la famille et télévision*, actes de 28<sup>ème</sup> journée mondiale des communications sociales (logos, Kinshasa, FCK, FCS, 1996).
6. OKOMBA, W., « *La famille et télévision, essai d'analyse structurale* », actes de la 28<sup>ème</sup> journée mondiale des communications sociales, Kinshasa, FCK, FCS, 1996.
7. WILLET, G., *La communication modélisée, une introduction, aux concepts, aux modèles et aux theories*, Ottawa, éd. du renouveau pédagogique, 1992.

### II. Mémoire & TFC

1. MWINGA, D.G., *Influence de la télévision sur le comportement des adolescents. Cas de la commune de Kalamu*, TFC, Kinshasa, IFASIC, 2006.
2. RUKÉBA, N. Ch, *Influence de la télévision sur la campagne de changement des mentalités, cas de la commune de Bandalungwa*, mémoires, Kinshasa, IFASIC, 2009.

### III. Articles

1. CAILLAUD, M., *Membre de l'émission question réponse dans télévision du 24 janvier, 2008.*
2. REBETTE, T., ATV « *La révolution silencieuse* » in *l'express édition internationale n°1331*, janvier 1977.

### IV. Documents

1. Rapport annuel du quartier Kingabwa sur les archives 2012.

### 2. WEBOGRAPHIE

1. BALLE, F. et EMERY, G., in *les nouveaux médias*, n°2112, Paris, PUF, 1990, [www.cnrtl.com](http://www.cnrtl.com) consulté le 15 juillet 2012.
2. [www.linternaute.com](http://www.linternaute.com), page consulté le 26 juin 2013, à 16 heures 20'.
3. [www.toupie.org](http://www.toupie.org), la toupie, dictionnaire, le 26 juin 2013 à 16 heures 15'.
4. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) , consulté le vendredi 24 mai 2013 à 15 heures.
5. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), consulté le 01 juillet 2013, à 11 heures 15'.
6. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), consulté le 01 juillet 2013, à 11 heures 50.

## TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	I
REMERCIEMENTS.....	II
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
1. Problématique .....	1
2. Hypothèse.....	2
3. Méthodes et techniques .....	2
4. Délimitation du sujet .....	3
5. Division du travail .....	3
<b>CHAPITRE I : APPROCHE CONCEPTUELLE ET THEORIQUE .....</b>	<b>4</b>
Section 1 : Approche conceptuelle .....	4
a. Couple .....	4
b. Consensus télévisuel .....	5
c. Télévisions.....	5
c.1. Impact de la télévision.....	6
C.2. Les effets positifs de la télévision.....	7
C.3. Les effets négatifs de la télévision.....	8
C.4. Les fonctions de la télévision.....	9
Section 2 Cadre théorique : l’usage et la consommation des médias .....	9
<b>CHAPITRE II: PRESENTATION DU QUARTIER KINGABWA .....</b>	<b>19</b>
Section 1 : Situation historique .....	19
Section 2 : Situation géographique .....	20
Section 3 : Question administrative.....	20
3.1. Sur le plan administratif .....	21
3.2. Bureau relais.....	21
3. b. Infrastructure.....	21
Section 4 : Aspect juridique du quartier Kingabwa .....	21

4.1. Situation juridique .....	22
Section 5 : Situation de la population .....	22
5.1. Inondation .....	22
5.2. La salubrité .....	22
5.3. Infrastructure scolaire .....	23
5.4. Structure sanitaire .....	23
Section 6. Situation économique.....	23
Section 6 : Situation politique .....	25
<b>CHAPITRE III : RESULTATS DE L'ENQUETE .....</b>	<b>27</b>
Section I : Protocole méthodologique .....	27
I.1. Opérationnalisation des concepts .....	27
I.2. Méthodologie.....	28
I.2.1. Procédure d'analyse .....	29
Section II : Analyse des données .....	29
II.1. Texte d'entretien.....	29
II.1. Repérage des données .....	38
II.2. Regroupement des données .....	40
Section III : Interprétation.....	41
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>43</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>45</b>