

1 NOVEMBRE 2021

TRAITEMENT DE DONNÉES - CYRIL DROUOT

# DOSSIER D'ENQUÊTE

**ACOSTA LÉNA**  
**BACHELET JULIETTE**  
**BERHOUE-CASES ÉLISA**  
**BROSSE LOUIS**  
**CLAËS OCÉANE**

PREMIÈRE ANNÉE - GROUPE 2 - GROUPE SAE NUMÉRO 1

BUT INFORMATION COMMUNICATION  
*PARCOURS COMMUNICATION DES ORGANISATIONS*

UNIVERSITÉ NICE CÔTE D'AZUR



# **QUEL INTÉRÊT LES ÉTUDIANTS DU DÉPARTEMENT INFORMATION COMMUNICATION PORTERAIENT À UN MÉDIA INFORMATIONNEL ?**

## **SOMMAIRE**

|  |    |
|--|----|
| 1. Problématique et démarche méthodologique                            | 2  |
| 2. Questionnaire d'enquête, modalités et administration                | 3  |
| 3. Collecte des données, présentation des résultats                    | 8  |
| 4. Synthèse et analyse des résultats                                   | 10 |
| 5. Perspective d'approfondissement via un projet d'enquête qualitative | 11 |
| 6. Annexes   | 12 |

# **1. PROBLÉMATIQUE ET DÉMARCHE**

## **MÉTHODOLOGIQUE**

Nous avons fait le constat que la communication entre le personnel administratif et les élèves, mais aussi entre les élèves eux-mêmes, au sein du département info-com à l'IUT Nice Côte-d'Azur, Antenne de Cannes, se faisait difficilement. En effet, les élèves ne savent pas toujours sur quel support trouver les informations relatives à leur établissement et leur formation, comme les dates clés, les événements importants ou les diverses actualités.

Nous portons donc comme projet de créer un média qui servirait de support pour réunir et transmettre l'ensemble de ces informations essentielles, de manière simple et claire. Ce média serait alors à destination de l'ensemble des étudiants du département info-com, parcours Communication des organisations mais également parcours Journalisme.

Le but de notre enquête est donc de savoir si ce projet intéresse les étudiants ou non. En fonction de leurs réponses, nous voudrions également savoir quels thèmes les attireraient le plus et quel support serait à privilégier pour une consultation optimale.

Notre échantillon d'étude s'évalue à quatre-vingt élèves. Une première moitié de l'échantillon étudiera les étudiants en journalisme (quantité de première et deuxième année égale), et la seconde moitié étudiera les étudiants en communication des organisations (quantité de première et deuxième année égale).

## **2. QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE, MODALITÉS ET ADMINISTRATION**

Notre questionnaire s'ouvre sur une courte introduction afin de présenter le questionnaire ainsi que l'objet de son étude :

Bonjour, nous sommes un groupe d'étudiants en première année du parcours Communication des organisations, et souhaitons enquêter sur l'intérêt que portent les étudiants pour l'information de manière générale, ainsi que pour la création d'un éventuel média consacré à l'IUT.

Les réponses que vous apportez à cette enquête sont anonymisées et protégées.

Merci pour le temps que vous consacrez à la réponse à cette enquête.

Suite à cela, notre enquête débute avec une première rubrique, correspondant aux informations personnelles, ce qui nous permettra de classer les données collectées en catégories, en fonction des différents individus. Les questions de cette première partie sont de type "fermées".

---

### **Question 1 : Vous êtes ?**

- Un homme
- Une femme
- Ne se prononce pas

---

### **Question 2 : Précisez votre âge.**

- Moins de 18 ans
- 18 - 25 ans
- Plus de 25 ans

**Question 3 : À quelle filière appartenez-vous ?**

- Communication des organisations
  - Journalisme
- 

**Question 4 : En quelle année êtes-vous ?**

- Première année
- Deuxième année

Une fois que nous avons pu collecter ces données personnelles , nous nous sommes intéressés à l'intérêt des étudiants pour l'information afin de savoir comment ils s'informent. Nous avons eu recours à des questions à choix multiples, des questions à réponse unique et une question ouverte.

---

**Question 5 : Quel(s) média(s) consultez-vous le plus souvent pour suivre l'actualité ?**

- Radio
  - Presse papier
  - Presse numérique
  - Réseaux sociaux (Twitter, Instagram, Facebook, Snapchat...)
  - Affichage
  - Autre (précisez)
- 

**Question 6 : À quelle fréquence consultez-vous ce(s) média(s) ?**

- Plusieurs fois par jour
- Quotidiennement
- Hebdomadairement
- Mensuellement
- Rarement

---

**Question 7 : Sur quel(s) sujet(s) vous informez-vous majoritairement ?**

- Sport
- Politique
- Culture (art, cinéma, musique, musée...)
- Météo
- Environnement
- Vie étudiante
- Découvertes
- Faits divers
- Autre (précisez)

---

**Question 8 : Quelle présentation vous attire le plus ?**

- Paragraphes rédigés
- Informations courtes
- Photos
- Dessins

---

**Question 9 : Quel temps consacrez-vous aux médias, de manière générale, par jour ?**

- 0 à 15 minutes
- 15 à 30 minutes
- 1 heure
- Plus d'une heure
- Autre (précisez)

---

**Question 10 : Et par article ?**

- 1 à 5 minutes
- 5 à 10 minutes
- 10 à 15 minutes
- 15 à 20 minutes
- Plus de 20 minutes

---

**Question 11 : Vous possédez ?**

- Téléphone (non tactile)
- Smartphone
- Tablette numérique
- Ordinateur fixe
- Ordinateur portable
- Télévision
- Autre (précisez)

---

**Question 12 : Avez-vous quelque chose à ajouter pour nous expliquer votre rapport aux médias ?**

(Question ouverte)

Grâce à ce questionnaire nous connaissons la manière dont les étudiants ont tendance à s'informer. Cela nous permet de mieux cerner ce sujet et donc de nous donner des pistes pour la mise en place d'un potentiel journal au sein de l'IUT. Nos deux dernières questions interrogent plus précisément l'intérêt que porteraient les étudiants en Information et Communication si un média au sein de l'IUT venait à être créé.

Nous introduisons le sujet ainsi :

Nous interrogeons désormais l'intérêt que vous porteriez si un média devait voir le jour au sein de l'IUT.

---

**Question 13 : Préférez-vous que le média porte sur les deux formations du département, ou se concentre seulement sur l'une d'entre elles ?**

- Uniquement le parcours *Communication des Organisations*
- Uniquement le parcours *Journalisme*
- Les deux parcours

---

**Question 14 : Sur quel support seriez-vous le plus susceptible de consulter ce média ?**

- Réseaux sociaux
- Journal Papier
- Journal numérique
- Autre (précisez)

Les réponses obtenues nous permettent donc d'être renseignés sur le mode de consommation de l'information des étudiants en Information et Communication. Il est ensuite nécessaire d'analyser ces résultats afin de pouvoir en tirer des conclusions et répondre à notre problématique le plus précisément possible.

### **3. COLLECTE DES DONNÉES, PRÉSENTATION DES RÉSULTATS**

Nous avons collecté 28 réponses à notre sondage, que nous détaillons ici. En annexes, se trouvent les représentations graphiques les plus pertinentes de ces résultats.

Les personnes qui ont répondu au questionnaire sont à 92,9% des femmes et à 7,1% des hommes. De plus, l'ensemble des sondés ont entre 18 et 25 ans, et étudient tous au sein du parcours *Communication des organisations* de la formation Information-Communication. Parmi eux, un quart se trouvent en première année, et trois quarts en deuxième année.

Ces informations personnelles désormais étudiées, nous interrogeons ensuite l'intérêt global pour l'information.

Pour suivre l'actualité, la quasi-totalité des interrogés utilisent les réseaux sociaux (96,4%), et un peu plus de la moitié (16 étudiants) consultent aussi la presse numérique. Cependant, très peu d'entre eux utilisent la presse papier (2 étudiants) ou la télévision (2 étudiants aussi). Les réponses concernant la fréquence de consultation, sont, quant à elles, très diverses. En effet, 42,9% des sondés affirment consulter ces médias plusieurs fois par jour, alors que 35,7% le font seulement quotidiennement. Enfin, 21,4% des interrogés disent consulter les médias de manière hebdomadaire (*annexe n°1*). Les sujets intéressant les sondés sont, eux aussi, très hétérogènes. Les interrogés disent s'informer à 78,6% sur la culture, à 67,9% sur la vie étudiante et 64,3% sur les faits divers. Cependant, les sondés ne s'informent qu'à 25% sur le sport, et à 21,4% sur l'environnement. Plus étonnant en revanche, les étudiants disent s'informer, à 53,6% sur la météo. Quant au format, la quasi-totalité des étudiants (96,4%) est attirée par les informations courtes et les photos. Les sondés se disent attirés à 35,7% par les dessins et à 7,1% par les paragraphes rédigés. La durée consacrée aux médias chaque jour est, elle, dégressive au fil du temps. En effet, près de la moitié des sondés leur consacrent 0 à 15 minutes, 15 à 30 minutes pour 32,1% d'entre eux, 14,3% pour une heure et 17,9% des personnes y consacrent plus d'une heure (*annexe n°2*). Ensuite, en grande majorité (71,4%), les interrogés ne passent pas plus de 5min à la lecture d'un article. Le reste des sondés

(28,6%) leur consacre 10 minutes au maximum. Concernant les supports dont les sondés disposent, la quasi-totalité (96,4%) a répondu, un smartphone et un ordinateur portable. 75% des interrogés disposent aussi d'une télévision. Deux interrogés disposent d'un téléphone non tactile. Dans notre question ouverte proposant d'ajouter une explication sur le rapport aux médias des sondés, l'un d'entre eux a indiqué "rester critique quant aux informations données, quel que soit le média".

Enfin, concernant l'intérêt pour un éventuel journal interne à l'IUT, 89,3% des sondés préféreraient qu'il englobe les deux parcours d'Information-Communication. Cette même proportion déclare être plus susceptible de consulter ce journal via les réseaux sociaux, 35,7% via un journal numérique et 7,1% par le biais d'un journal papier.

Ensuite, il est intéressant de croiser ces résultats pour en tirer des conclusions pertinentes. En effet, là où les hommes s'informent en exclusivité sur les réseaux sociaux, les femmes, elles, varient les supports d'accès à l'information. Plus de la moitié d'entre elles s'informe, en complément des réseaux sociaux, par la presse numérique (15 étudiantes). Tandis qu'une petite minorité s'informe aussi, sur les autres supports, plus "traditionnels" (télévision, presse papier, affichage...).

Les hommes s'intéressent davantage à la politique que les femmes, là où celles-ci s'informent davantage sur la culture et la vie étudiante. Tous les hommes accordent uniquement du temps aux informations courtes et aux illustrations, contrairement aux femmes, qui elles, s'intéressent plus aux paragraphes rédigés.

Les étudiants de deuxième année consacrent plus de temps, que les première année, aux médias chaque jour, même si la moitié des sondés n'accordent pas plus de 30 minutes quotidiennes aux médias. Toutefois, aucun étudiant de première année ne consacre plus d'une heure aux médias, là où 7 étudiants de deuxième année en accordent.

L'ensemble des sondés qui déclarent s'intéresser à la vie étudiante possèdent un smartphone et s'informent via les réseaux sociaux.

## **4. SYNTHÈSE ET ANALYSE DES RÉSULTATS**

Suite à la récolte de l'ensemble de ces données, nous pouvons analyser notre démarche méthodologique et tirer une conclusion sur notre problématique initiale.

Tout d'abord, nous pouvons faire le constat que nous n'avons pas réussi à réaliser l'ensemble de nos objectifs établis dans notre démarche méthodologique. En effet, nous avons pour but de récolter les réponses d'étudiants provenant des deux départements info-com (journalisme ainsi que communication des organisations) et que le nombre d'étudiants de première année et de seconde année soit égal. Or, nous n'avons pas réussi à contacter d'étudiants appartenant au département journalisme dans le temps qui nous était imparti, et nous avons récolté plus de réponses d'étudiants de seconde année que de première année. Nous regrettons de ne pas avoir obtenu de réponses d'étudiants en journalisme car leur consommation de l'information aurait été intéressante à analyser.

Cependant, nous avons réussi à obtenir de nombreuses informations, qui nous ont été très utiles pour répondre à l'ensemble de nos questionnements sur notre projet de création d'un média informationnel. Nous partions sur l'idée de créer un journal papier, or, grâce à notre sondage, nous avons réalisé que cela ne serait pas pertinent. En effet, seulement 7,1% des sondés disent consulter la presse papier pour s'informer donc ce support ne nous permettrait pas une communication optimale. Nous avons ainsi fait le constat que, de nos jours, les étudiants s'informent davantage via des supports plus modernes et beaucoup moins par l'intermédiaire des médias traditionnels. Nous pensons donc que le moyen de communication le plus pertinent serait de créer un compte informationnel sur les réseaux sociaux pour atteindre le maximum d'étudiants.

De plus, ce sondage nous a permis de savoir quels sujets intéressent le plus les étudiants et donc ceux que nous devons aborder. En effet, la culture, la vie étudiante et les faits divers intéressent beaucoup plus que l'environnement ou le sport. Notre enquête nous a ainsi permis d'obtenir l'ensemble des informations stratégiques permettant de créer le média informationnel le mieux adapté au mode vie et aux centres d'intérêt des étudiants en Info-Com.

## **5. PERSPECTIVE D'APPROFONDISSEMENT VIA UN PROJET D'ENQUÊTE QUALITATIVE**

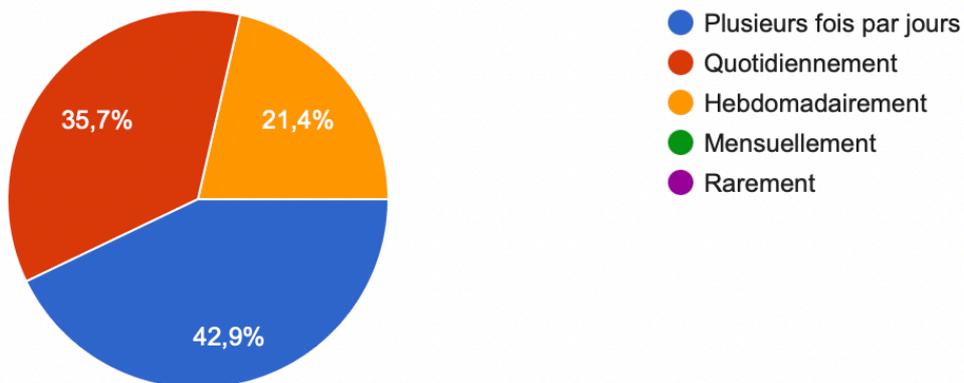
Au travers d'une enquête davantage qualitative que quantitative, comme c'est le cas ici, il serait intéressant d'interroger la réaction de l'individu face à la réception de l'information. Cela pourrait être pertinent de demander aux sondés s'ils partagent l'information, et si oui, à quelle(s) catégorie(s) de proches (amis, famille...), mais aussi l'interroger sur son éventuelle vérification de l'information. À l'heure où les fake news ne cessent de croître et de se diffuser, sonder l'individu sur son rapport aux fake news, et son éventuelle défiance envers les médias pourrait alors être pertinente dans notre enquête qualitative.

## 6. ANNEXES

### Annexe n°1

À quelle fréquence consultez-vous ce(s) média(s) ?

28 réponses

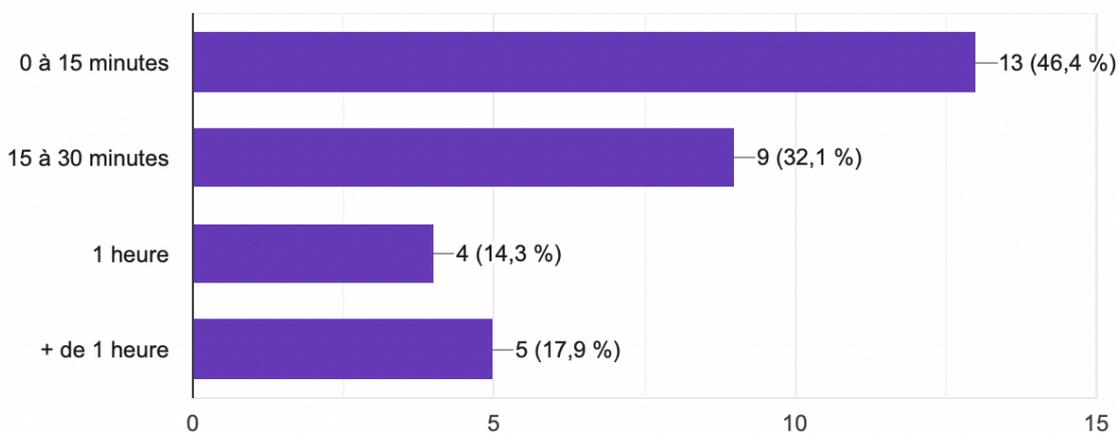


Question n°6. La répartition très hétérogène de la fréquence de consultation des médias chez les sondés rend ce résultat très intéressant.

### Annexe n°2

Quel temps consacrez-vous aux médias de manière générale par jour ?

28 réponses



Question n°9. La dégressivité du temps consacré aux médias quotidiennement est pertinente, permettant de se rendre compte de la nécessité de messages très courts aujourd'hui.