



REPUBLIQUE DU SENEGAL  
-----  
CONSEIL NATIONAL  
DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL

N°002 et N°003/2017/CNRA

Dakar, le 13 novembre 2017

**AVIS TRIMESTRIELS**  
**2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> Trimestres 2017**  
**(Avril - Septembre 2017)**

La tenue des élections législatives du 30 juillet 2017, à cheval sur deux trimestres puisqu'elles étaient précédées par une période de précampagne qui avait débuté le 9 juin, nous a conduits, par souci de cohérence et de continuité, à regrouper en un seul avis, consacré principalement à cet événement qui représente un moment important de la vie de la nation, les observations faites par le CNRA sur le respect des obligations des médias dans leur travail quotidien. Ces observations sont appuyées et illustrées notamment par les relevés effectués par le service monitoring du CNRA pendant la précampagne et la campagne électorale ainsi que le jour des élections.

Les médias sont dans l'obligation de veiller à la moralité, à la valeur éducative, informative des programmes audiovisuels qu'ils véhiculent à destination des populations, particulièrement de certaines couches vulnérables. La liberté d'expression ou d'opinion n'est pas opposable à l'exigence de protection de l'intérêt public, de la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence. Tous les acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle doivent faire preuve d'un sens aigu des responsabilités, afin de prévenir tous actes préjudiciables à la stabilité sociale.

Les médias participent à la formation et à l'expression de l'opinion publique. La préparation, puis la tenue des élections législatives durant les mois de juin et juillet 2017 ont marqué d'une empreinte forte l'offre programmatique. Le manque d'indépendance ou de neutralité des médias, voire une mauvaise couverture médiatique des processus électoraux, peut être préjudiciable à la démocratie, à la cohésion sociale.

Les faits identifiés et répertoriés dans le présent avis sont le produit d'un échantillonnage des activités de monitoring sur les programmes audiovisuels proposés par les médias.

Le Collège du CNRA, réuni en sa séance du « **02 novembre 2017** » et après en avoir délibéré, rend public le présent avis sur les dysfonctionnements constatés au cours du deuxième et du troisième trimestre de l'année 2017, ainsi que les recommandations formulées pour y apporter des correctifs.

## I. ECHANTILLONNAGE

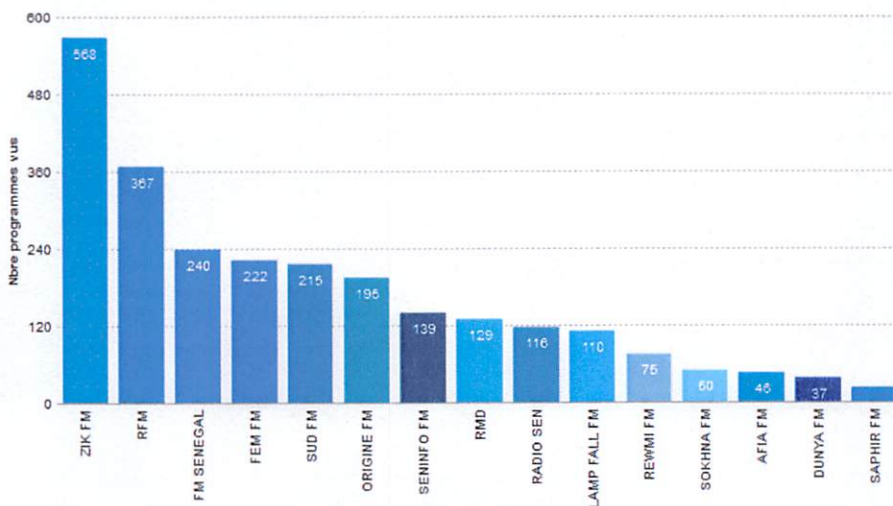
Durant les périodes du 1er avril au 30 juin et du 1er juillet au 30 septembre 2017, le service de monitoring a procédé à un échantillonnage portant sur 186 programmes de radios et de télévisions sur lesquels 3587 relevés ont été effectués en fonction de la langue utilisée, du format des programmes, de la thématique abordée et de la signalétique.

Dans le cadre de la couverture médiatique des élections législatives (précampagne et campagne), sur 158 programmes audiovisuels répartis entre radios et télévisions, 3305 relevés ont été effectués entre le 08 juin et le 30 juillet 2017, correspondant à la période de la précampagne, soumise à une législation particulière.

### 1. LES RADIOS

Le monitoring a suivi 1606 émissions diffusées sur les stations de radio en mode FM. L'échantillon est composé des stations suivantes : ZIK FM, RFM, FM SENEGAL, FEM FM, SUD FM, ORIGINE FM, SENINFO FM, RMD, DAIO SENEGAL, LAMP FAL FM, REWMI FM, SOKHNA FM, AFIA FM, DUNYA FM, SAPHIR FM.

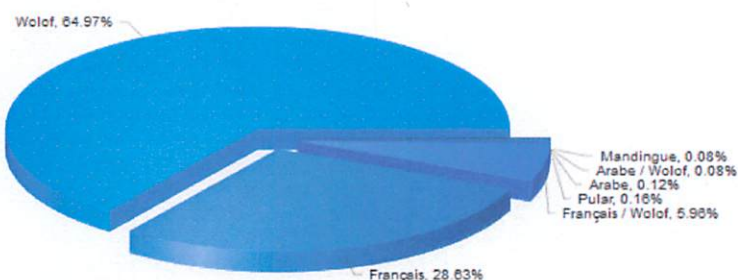
#### a) Nombre d'émissions de radio suivies



Ce graphique informe sur le nombre d'émissions radiophoniques suivies sur les stations de l'échantillon.

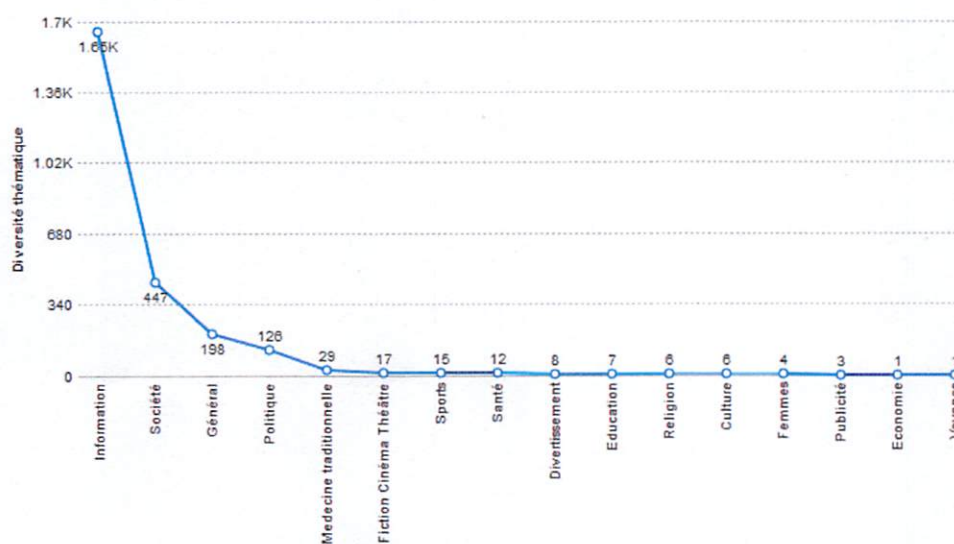


## b) Répartition des langues dans les émissions de radio



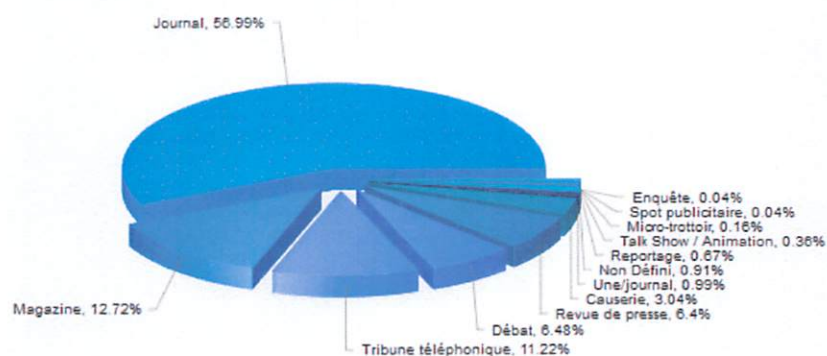
Sur l'ensemble des radios de notre échantillon, le wolof est la langue la plus usitée. Il est le support de 64,97 % des contenus, devant le français qui fait 28,63 % de la programmation. On peut remarquer une faible présence des autres langues nationales qui sont surtout présentes sur les chaînes du service public qui offre une plus grande diversité linguistique.

## c) Répartition des émissions de radio suivies, selon le thème



Les émissions d'information sont les plus représentées avec 1650 relevés. Le terme « politique », dans notre classification, indique qu'il s'agit d'émissions strictement et entièrement dédiées à cette thématique, même si, dans les autres thématiques, il arrive que soient abordées des questions du même ordre.

#### d) Répartition des émissions de radio suivies, selon le format

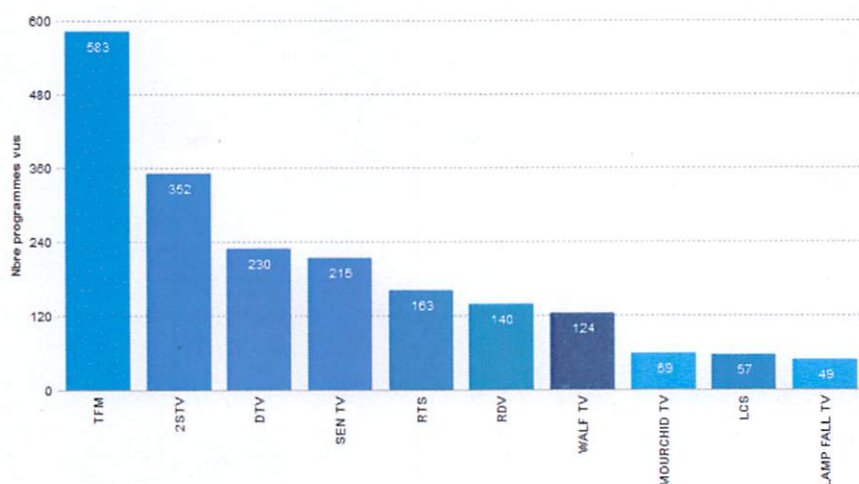


Le format « Journal » représente 56,99 % sur l'ensemble des émissions ayant fait l'objet d'un monitoring quotidien. Ce format reste une source d'indications statistiques sur la popularité, la diversité et le pluralisme qui sont des éléments essentiels en matière de régulation.

## 2. LES TÉLÉVISIONS

Les services du monitoring ont suivi 2101 émissions de télévision sur les chaînes ci-après : TFM, 2STV, DTV, SEN TV, RTS, RDV, WALF TV, MOURCHID TV, LCS, LAMP FALL TV.

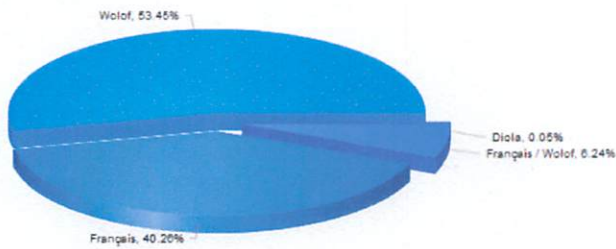
#### a) Nombre de programmes de télévision suivis



A l'instar de la Radio, nous avons là une indication sur le nombre d'émissions télévisées qui ont été suivies durant les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestres 2017.

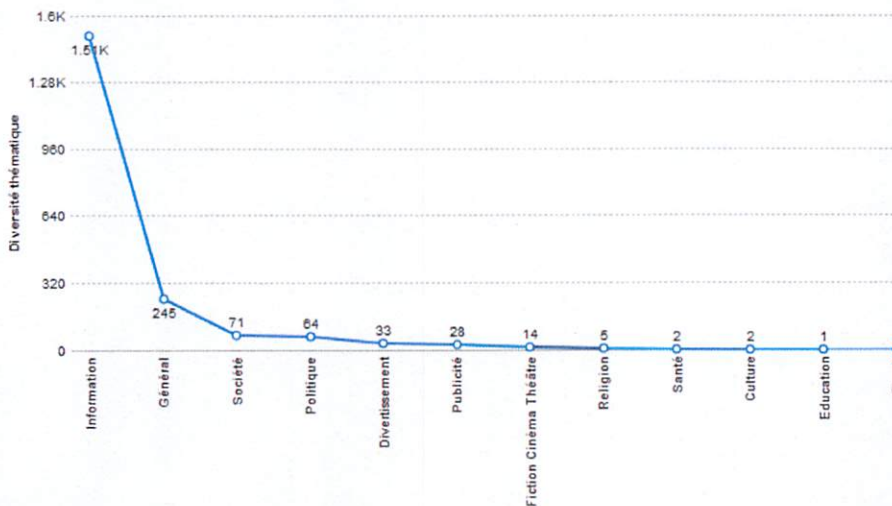


## b) Répartition des langues dans les émissions de télévision



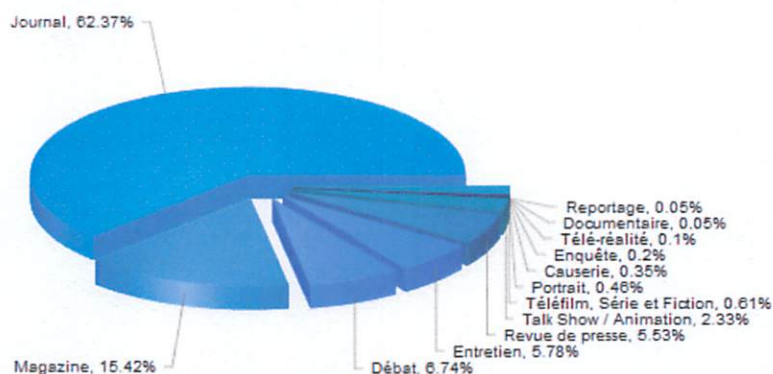
A l'instar de ce qui a été observé pour les radios, le « wolof » reste la langue la plus usitée dans les émissions de télévision, avec un pourcentage de 53,45 %, devant le « français » qui est le support de 40,26% des émissions. Concernant certains programmes, nous remarquons un *mix* des deux langues (wolof et français), avec un taux sensiblement plus important à la télévision 6,24 % qu'à la radio 5,96 %.

## c) Répartition des thèmes dans les émissions de télévision



L'observation des programmes audiovisuels proposés par les éditeurs a surtout porté sur les émissions d'information qui représentent 1510 relevés sur l'ensemble des thématiques ainsi projetés.

#### d) Répartition des émissions de télévision suivies, selon le format

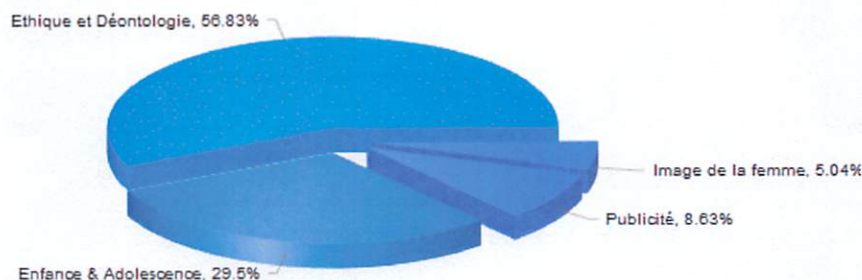


Sur les chaînes de télévision, tout comme à la radio, pour ce qui est des programmes, le format « Journal » occupe une place prépondérante, avec 62,37 % de l'ensemble des émissions.

## II. MANQUEMENTS

Au cours de ces deux trimestres 2017, ayant aussi coïncidé dans une large mesure avec les périodes de précampagne et de campagne électorales en direction des élections législatives du 30 juillet 2017, les manquements ci-dessous ont été notés.

### • Manquements en fonction des catégories



#### 1. Éthique et Déontologie (56,83 %)

- L'atteinte à l'honneur, à la dignité et à la vie privée de citoyens dans certaines émissions, sans que leur soit donnée la possibilité d'y apporter une réplique.

*Sur les antennes d'une radio, on a pu entendre un homme public porter des accusations graves concernant l'intégrité et l'honnêteté de personnes.*

*Les revues de presse, quant à elles, continuent et persistent à se faire l'écho des propos, formules qui ne respectant ni la vie privée ni l'honneur d'autrui, précisément de personnalités publiques dans ce contexte électoral.*

*Les débats politiques sont, pendant la campagne électorale, relayés par les médias audiovisuels qui entretiennent ainsi un climat pollué par des propos discourtois et irrévérencieux.*

- **Violation de l'article 9 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 20 du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée.**

*Dans les phases de préparation des élections législatives, certains médias ont servi de relais à des propos inconvenants tenus contre des personnes ou des Institutions.*

*La forte médiatisation de manifestations et mouvements d'humeur suite à des litiges sociaux, véhiculent des actes de violence et de défiance vis-à-vis des Institutions.*

- **Comportements inciviques et irresponsables.**

*Pendant les festivités liées à la célébration de la Fête de l'Indépendance, un animateur, sur une station de radio, livre allègrement des informations sensibles pouvant porter atteinte à la sécurité intérieure du pays. Il indique avec une incroyable légèreté, des adresses d'installations liées à la défense nationale.*

## **2. Enfance & Adolescence (29,50 %)**

- **En violation de l'article 7 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 24 du cahier des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels, l'instance de régulation a pu relever la diffusion de contenus audiovisuels choquants et difficilement soutenable pour le public jeune.**

*L'évocation systématique de thèmes comme la drogue, l'inceste et les actes de violence envers les enfants sont aussi à noter.*

*Certains cas de viol sont traités, dans lesquels les victimes, malgré leur consentement, sont exposées au public. Il arrive que des auditeurs portent des jugements sur des faits qu'ils découvrent à l'antenne.*

*Certains reporters se prêtent avec générosité à des récits détaillés sur des faits de violence, de viol sur des catégories vulnérables, souvent difficiles à entendre pour un jeune public.*

La tendance à la diffusion de clips et de danses obscènes est appliquée par pratiquement toutes les chaînes de télévision.

- L'absence d'une signalétique destinée à prévenir les téléspectateurs de la diffusion de séquences ou de scènes déconseillées pour certaines catégories de public constitue une violation de l'article 7 de la loi N°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 24 du cahier des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels.

### **3. Publicité (8,63 %)**

- Non-conformité aux exigences de vérité, de décence, de respect de la personne humaine et de sauvegarde de la santé des populations.

*La profusion de programmes commerciaux sur la médecine traditionnelle pouvant détourner les consciences les plus exposées du fait de leur détresse, en véhiculant des fausses promesses de guérison basées sur de prétendues connaissances autorisant la prescription de produits qui seraient des remèdes efficaces contre certaines pathologies.*

Ces comportements constituent une violation des dispositions des articles 9 et 14 de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité notamment, des dispositions du décret N°67-147 du 10 février 1967 instituant le Code de déontologie médicale ainsi que des stipulations des articles 18 à 24 du Cahier des charges applicables aux radios privées commerciales et 34 à 40 du Cahier des charges applicables aux télévisions privées. Pour rappel, la diffusion de programmes, offrant une tribune à des personnes qui seraient capables de guérir toutes sortes de pathologies, constitue une violation grave du code de déontologie médicale et de la loi sur la publicité.

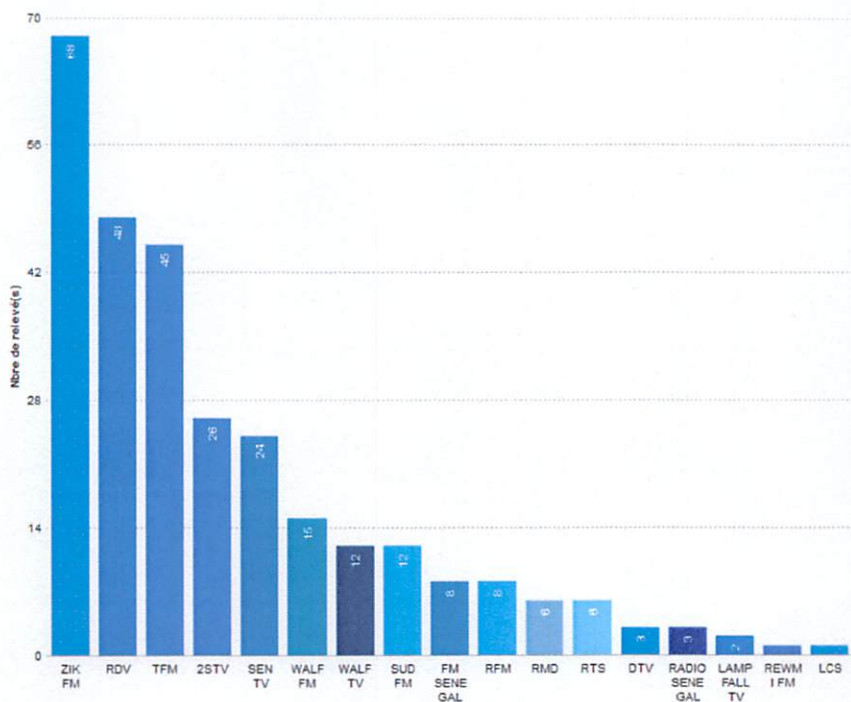
La diffusion de spots faisant la promotion de certains produits alimentaires, sans précaution d'utilisation et dont l'usage pourrait avoir des effets néfastes sur la santé des consommateurs.

La diffusion d'images dévalorisantes porteuses d'une vision dégradante de la femme dans la publicité de certains produits, notamment « Jini Ginger », heurte la décence.

*La persistance de la diffusion d'émissions interactives de voyance, en direct sur une longue plage horaire, par certaines stations de radiodiffusion, sans indications sur le coût des appels téléphoniques.*

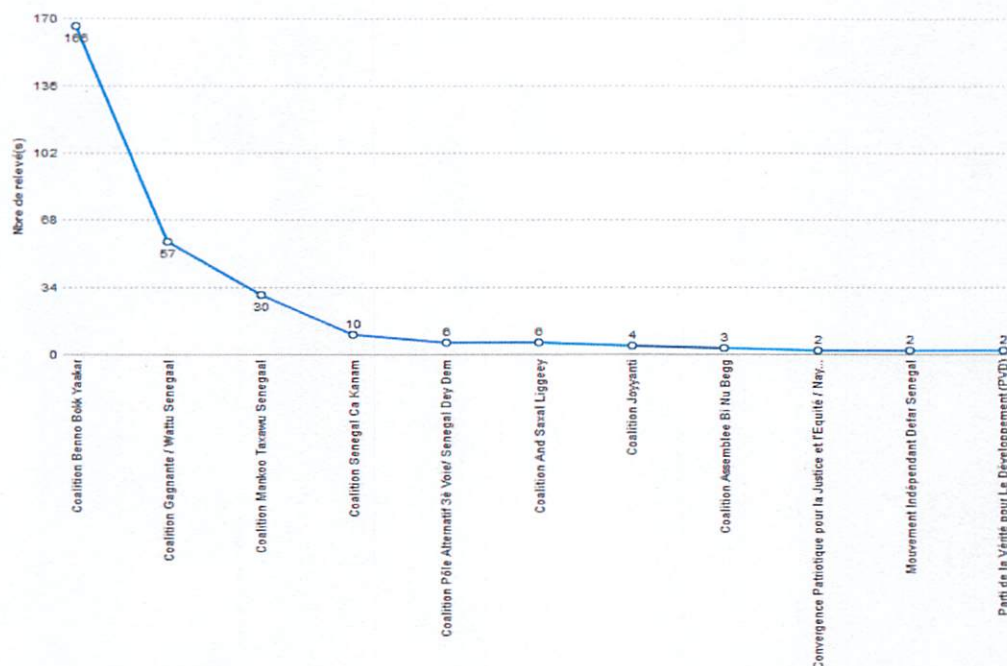


- **Manquements liés à la couverture des législatives de juillet 2017**



Le troisième trimestre de cette année a été marqué par la tenue du scrutin pour les législatives de juillet 2017 (Cf. graphique ci-dessus). Durant la précampagne, période de trente (30) jours précédant la campagne électorale, certaines dispositions du code électoral n'ont pas été respectées, notamment l'Article L61 du code électoral qui interdit toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux (publics ou privés).

Le CNRA a relevé des manquements à cette disposition, caractérisés par la diffusion de programmes sous forme de manifestations et/ou déclarations publiques à l'avantage ou au détriment de certains candidats ou à un parti politique ou coalition de partis politiques. Comme on peut le voir sur le graphique ci-dessus, la coalition au pouvoir a fait l'objet d'une importante couverture, largement au-dessus de celle consacrée aux autres parties prenantes.



La violation de l'interdiction de propagande clairement identifiée ou déguisée a été relevée pendant les trente jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale.

**La violation de l'interdiction de l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radio diffusion et de la télévision** (article L. 61 du code électoral).

- L'immixtion de certaines radios communautaires dans la campagne électorale en violation manifeste du cahier des charges les régissant qui prévoit en son article 18 que « **la radio communautaire ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique** » a été relevée aussi.

- Le non-respect des dispositions du code électoral applicables à la fin de la campagne électorale : certains médias se sont permis de diffuser des éléments de campagne le samedi 29 juillet 2017, veille des élections et lendemain de la clôture de la campagne électorale.

## **II. RECOMMANDATIONS**

Face à de tels manquements, qui constituent une violation des dispositions consignées dans les cahiers des charges en vigueur dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel fait les recommandations énumérées ci-dessous.

1. Respecter les **principes éthiques et déontologiques**, qui déterminent le périmètre de l'exercice du métier de journaliste, d'animateur, et faire preuve de



**rigueur et de professionnalisme** dans la vérification, le traitement et la diffusion de l'information.

- 2. Satisfaire à l'obligation de protection du jeune public, la sauvegarde de l'image de l'enfant et de la dignité des couches vulnérables.** La diffusion de certaines émissions par les médias audiovisuels doit être programmée à des heures qui permettent de préserver cette catégorie importante de la population.
  
- 3.** Programmer des clips musicaux en tenant compte de la nécessité de veiller au respect de la sensibilité des téléspectateurs et à la protection du jeune public.
  
- 4.** Respecter les dispositions de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité, notamment :
  - l'article 9 qui proscrie « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs et la morale en général » ; le respect strict des dispositions de l'article 9 de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité qui proscrie « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs ou la morale en général, ou qui soit susceptible directement par voie d'omissions ou d'ambiguïté, de mensonge délibéré d'abuser de la confiance du consommateur ou de son manque d'expérience » ;
  
  - l'article 14 qui dispose : « La publicité, lorsqu'elle fait appel à la femme, ne doit pas, pour quelque motif que ce soit, porter atteinte à sa dignité ou la déconsidérer ».
  
- 5. Arrêter la diffusion de la publicité au profit de prétendus guérisseurs.** Les responsables des médias se doivent de respecter les dispositions des lois, règlements et cahiers des charges **interdisant la publicité au profit de prétendus guérisseurs.**

**Le Collège des Conseillers du CNRA**

