



**CONTENUS AUDIOVISUELS**  
**LE DÉFI DE LA RÉGULATION**  
**DANS LE CONTEXTE NUMÉRIQUE**  
**RAPPORT ANNUEL 2015**



Un nouveau rapport à l'audiovisuel

---

*« Au-delà des réseaux et des systèmes de communication se révèle la complexité des hommes et des cultures »*

D. Wolton

Mars 2016



# SOMMAIRE

<i>Eduquer aux médias</i> par Babacar Touré, Président.....	4
Présentation du Conseil.....	8
Activités statutaires.....	14
Activités prospectives sur les questions de société.....	44
Recherche & Développement.....	66
Régulation des contenus.....	72
Transition vers le numérique.....	88
Paroles d'acteurs sur la promesse du contenu.....	92
Pour un programme national d'éducation aux médias.....	94
Annexes.....	100

# Eduquer aux médias

Les sociétés et surtout les cultures sont vivantes et donc mortelles. Les identités, les supports des identités, nous le savons, naissent, vivent, se développent et meurent : il s'agit des langues et des cultures, des rites et des valeurs.



**Babacar TOURÉ**  
Président

Les valeurs sont fortes et semblent immuables, immortelles. Pourtant, en l'espace d'une vie, d'une génération, nous avons vu nos valeurs varier sur leur propre échelle des sacrés. Chacun a été le témoin de choses et de situations qu'il pensait inimaginables, que ses parents n'auraient pas nommées. Nos représentations du genre, des races, des classes sociales, de l'âge ont été bousculées et nous les avons révisées. Les espaces de communication se sont redéfinis au sein des familles, des lieux de travail, de la société, caractéristiques de nos représentations de la réalité. Les fictions cinématographiques que nous produisons révèlent nos valeurs profondes et nos choix de société. Quelles sont les proportions respectives des deux ? Le débat est à peine ouvert, mais la certitude est que le résultat est notre nouvelle culture. Au cœur de ces transformations sont les médias et les contenus qu'ils véhiculent, l'éducation qu'ils façonnent.

L'historien et homme politique burkinabé Joseph Ki-Zerbo théorisait, dans son ouvrage "Eduquer ou périr" la nécessité pour chaque société de se doter des moyens de transmettre aux générations suivantes les fondamentaux de son patrimoine, de sa vitalité et de sa destinée. Faute de quoi, la mortalité collective menace prématurément dans le cycle de vie de la communauté.

Oui, accédons sans coquetterie à cette théorie simple et évidente qui a permis à nos sociétés de traverser le temps. Oui, parce que nos enfants sont la raison pour laquelle nous avons jamais existé et créé la Culture. Oui, parce que, sans codes culturels et sans projet de transmission, la société serait moins qu'une jungle. Oui, parce que la puissance de la télévision numérique rend urgente la prise de mesures, tant dans les

espaces privés familiaux que dans l'espace public politique. La télévision est devenue - au mieux - un troisième éducateur au sein de la famille. Une transformation anthropologique de fait qui ne saurait souffrir une passivité coupable. Sans prophétiser le chagrin, il est juste de poser le constat des pratiques médiatiques mortifères. La télévision est aujourd'hui au premier rang des artificiers qui tirent des charges violentes et inconsidérées contre les communautés culturelles et les identités. Notre bonne vieille compagne, la télévision, est en passe de devenir une illustration de « la science-technologie créatrice-homicide ».

Alors, quel est le risque de périr ? Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a commandité en 2013 un sondage national sur l'audience des moyens de communication traditionnels et modernes, puis un autre en 2014 sur les habitudes médias des jeunes. Il en ressort des statistiques sur les temps d'exposition, les types de programmes les plus regardés et quelques indicateurs d'impact dignes d'attention. L'étude révèle que la radio et la télévision arrivent en tête des habitudes de fréquentation média, avec chacune un taux de pénétration des foyers de 75% sur l'ensemble du territoire, dont 97% en milieu urbain. Elles sont suivies en cela de la presse écrite et d'Internet qui affichent des taux de pénétration respectifs de 54% et 30%.

Selon les analyses sociodémographiques, les jeunes dans la tranche des 18-34 ans, les personnes instruites, les fonctionnaires, les élèves, étudiants et les cadres sont les plus enclins à regarder la télévision, ces catégories mêmes qui déterminent l'activité d'une société. Le CNRA relève, statistiques à l'appui, les dérives des contenus médiatiques qui impactent le jeune public :

- les programmes les plus regardés sont les films (59%), le journal télévisé (56%), les dessins animés (55%) et les émissions musicales (50%) ;
- à la télévision ou sur les autres écrans, le caractère violent et choquant des images est établi ;
- près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images/scènes réelles et images/scènes fictives vues à la télévision ;
- ce résultat est plus accentué auprès des 10-13 ans, soit qu'ils demandent parfois si les images vues sont réelles, soit qu'ils prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films ;
- de nombreux parents déplorent l'impact d'émissions qu'ils estiment porteuses de violence, de modèles d'impolitesse voire vulgarité, et qui seraient de mauvais exemples pour les enfants.

La télévision, parce qu'elle est aujourd'hui support de jeux interactifs, est devenue un éducateur hybride de face-à-face et de littérature. Cette présence et cette offre pour le moins complexe de jeux vidéo interactifs renforcent l'illusion de face-à-face, alors même que la programmation est pensée et uniformisée loin de l'environnement culturel de l'enfant. Le paradigme même de l'interaction est perverti dans sa fonction formatrice de l'identité et de la rationalité.

Il n'y a, pour s'en convaincre, qu'à observer dans des familles dakaraises ce qui est abondamment documenté dans d'autres pays :

- les enfants connaissent plus de marques de boisson que de dirigeants de la communauté -présidents, maires, chefs religieux ou de personnages de bandes dessinées que d'oncles et tantes (faites le test) ;

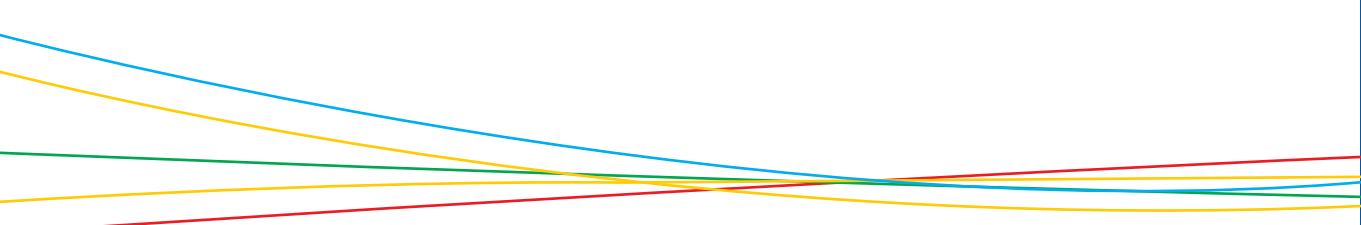
- le nombre de personnes banalement tuées dans les jeux, en un jour, si vous en faites le décompte, vous serez probablement effrayé vous-même de savoir que votre enfant a « tranquillement » décimé un régiment à lui seul, sans autre état d'âme que le sentiment très gratifiant de la performance ;
- la confusion est faite entre diversité et caricatures identitaires.

Il résulte de cet état de fait une culture médiatique qui se forge sur les bases délétères d'un message subliminal cumulé, probablement motif à débat :

1. le monde d'aujourd'hui est méchant, violent, peu sûr ; c'est ce que nous montrent les journaux télévisés au quotidien, et cela est source de sentiments de danger et d'insécurité ;
2. le téléspectateur, notamment le jeune enfant, est avant tout objet commercial et consommateur, cible de stratégies de marketing ;
3. le sentiment collectif d'être démunis face à cette nouvelle acception du monde qui génère des replis sécuritaires plus ou moins convaincus ;
4. le désarroi de parents devenus incompetents à éduquer, rassurer et protéger leur progéniture.

Il ne s'agit pas d'être nihiliste. Les médias peuvent et contribuent à créer de la culture et de la richesse positive. Ils sont même aux avant-postes de la société de l'information. L'important est qu'ils s'inscrivent dans un projet de société concerté et viable. Et pour être juste, il appartient aux divers acteurs de la société de s'impliquer dans une nouvelle formulation des modes d'éducation. Eduquer devient une action avec une diversité de nouveaux champs :

- éduquer par les médias
- éduquer les médias
- éduquer aux médias.



Ce dernier champ est très certainement celui qui mérite l'attention urgente et particulière des penseurs et des décideurs, car il s'agit, en effet, pour eux de se donner les moyens de comprendre, imaginer et instaurer un nouvel ordre médiatique basé sur la responsabilité sociétale des médias.

Parmi les bonnes choses à valoriser, l'on doit noter l'accès démocratisé à la culture, même si cela signifie la même pour tous, parfois sans lien avec l'identité de chacun. Il s'agit donc de penser la diversité dans les contenus, d'éduquer à la globalité, en commençant par l'Afrique, comme le propose la CEDEAO avec un projet visionnaire de radio-télévision ouest africaine.

Le média est devenu le médiateur de l'information et de la culture, ce qui rendrait le parent ou tout autre éducateur naturel obsolète, incompetent et donc perçu comme inutile. C'est ce contournement dommageable qui doit être arrêté. Il faut remettre le parent, l'éducateur au centre de la médiation. Lui rendre compétence et autorité. Des graines de solutions germent avec le développement des critiques et rubriques médias.

Les sociétés humaines poursuivent leur marche vers des organisations et des relations de plus en plus sophistiquées. Après la société agraire et la société industrielle, nous entrons tous, de plain-pied dans la société de l'information et les règles du vivre ensemble doivent être formulées au local comme au global.

Les briques d'existence des communautés que sont les identités doivent traverser les transformations de la société ou périr, en vertu

des principes de l'écologie culturelle. Le débat des années 70 et 80 pour l'avènement d'un Nouvel Ordre mondial de l'Information et de la Communication est plus actuel que jamais. Pour nous, outre l'enjeu de l'accès, ce débat se pose en terme de l'identité face à l'uniformisation, de la responsabilité des médias et de la capacité de la société à exiger cette responsabilité.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel s'attèle à ouvrir des espaces de dialogue entre citoyens, communautés, Etat et médias, afin de repenser et reformuler l'essence de l'information, la responsabilité de la communication, l'impact de la radio et de la télévision, la commensalité d'Internet, les priorités de contenu.

Même si les turpitudes de l'époque ne rendent pas les choses aisées, l'exercice de régulation des dernières années donne des raisons d'espérer. En effet, malgré les dérives constatées et relevées par des mises en demeure, la volonté de bien faire et de contribuer à un environnement décent a été manifeste. Outre la régulation, l'apparition d'instances et mécanismes d'autorégulation est à saluer, d'autant qu'elle permet d'envisager la co-régulation de façon concrète.

La finalité pour le CNRA demeure la qualité et l'impact des productions sur la société. A cet effet, nous avons soumis à l'autorité douze projets de texte concernant la gouvernance du secteur, les indispensables réformes devant accompagner les évolutions contemporaines.

Nous gardons à l'esprit l'indispensable et intemporel rapport primordial et sacré au Verbe. Au commencement était le Verbe pour que la Lumière soit et que ne règne pas le Chaos.









## PRÉSENTATION DU CNRA



## L'ASSEMBLÉE DU CNRA



### PRESIDENT

**Babacar TOURE**

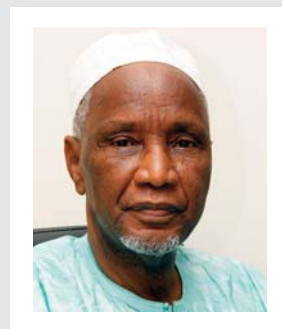
*Journaliste,  
Entrepreneur de presse*

### MEMBRES DU CONSEIL



**Jeanne LOPIS SYLLA**

*Linguiste, Chercheur*



**Mohamed Fadel DIA**

*Professeur à la retraite*



**Jean Meïssa DIOP**

*Journaliste*



**Sokhna BENGA**

*Ecrivain, Juriste  
Administrateur des  
affaires maritimes*

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) est composé de neuf membres nommés par le Président de la République.



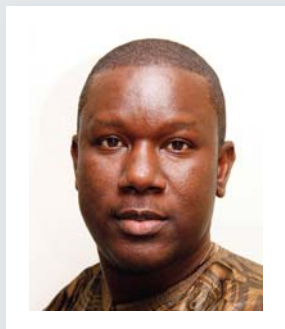
**Caroline Agathe THIAM**

*Consultante en Genre*



**Matar SALL**

*Juriste  
Spécialiste du droit des médias*



**Ibrahima MBAYE SOPÉ**

*Comédien,  
Metteur en scène,  
Directeur de casting*



**Aliou SOW**

*Avocat,  
Président du Conseil national  
de la Jeunesse du Sénégal*

La durée du mandat des membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel est de six ans. Les membres du Conseil sont nommés par le Président de la République. Ce mandat n'est ni renouvelable, ni révoquant. Les membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel ne peuvent être poursuivis, recherchés, arrêtés ou jugés à l'occasion des actes accomplis ou des opinions émises dans l'exercice de leurs fonctions. Les services du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel sont coordonnés par un Secrétaire exécutif choisi parmi les agents de la hiérarchie A ou assimilée, nommé par décret sur proposition du Président du CNRA.



**Marie Ndiaye NGOM**

*Secrétaire exécutif*

## MISSIONS ET ATTRIBUTIONS



Dans un contexte de régulation marqué par l'évolution du paysage médiatique sénégalais, l'Assemblée nationale a adopté en séance plénière, le 21 décembre 2005, la loi N° 2006-04 portant création du Conseil national de Régulation

de l'Audiovisuel. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) succède alors au Haut Conseil de l'Audiovisuel (HCA) créé en 1998 et au Haut Conseil de la Radio Télévision (HCRT) créé en 1992.

### MISSIONS DU CNRA :

- assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel ;
- veiller au respect des dispositions de la présente loi et de celles des cahiers des charges et conventions régissant le secteur ;
- exercer un contrôle, par tous les moyens appropriés, sur le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés nationales de programmes et par les titulaires des autorisations délivrées pour des services de communication audiovisuelle privés ;
- superviser une émission programmée toutes les deux semaines, séparément à la Radio et à la Télévision publiques, cette émission est réservée aux partis politiques légalement constitués pour leur permettre d'évoquer les questions d'actualité nationale et internationale sous forme de débats contradictoires ;
- fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales.

## LE CONSEIL NATIONAL DE RÉGULATION DE L'AUDIOVISUEL VEILLE AUSSI :

- à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication dans le secteur de l'audiovisuel ;
- au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information véhiculée par les médias audiovisuels ;
- à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes ;
- au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ;
- au respect des cahiers des charges applicables aux titulaires de concession portant autorisation d'exploitation d'un service de communication audiovisuelle ;
- à la libre et saine concurrence entre les entreprises de communication audiovisuelle ;
- à ce que toute station de radiodiffusion dispose, obligatoirement, d'un système de retardement de la voix d'au moins trois secondes pour ses émissions interactives ;
- au respect des principes d'équité et d'équilibre entre tous les partis en tenant compte des contraintes du service public de la radiotélévision ;
- au respect des dispositions de la loi 92-57 du 3 Septembre 1992 relative au pluralisme à la Radio Télévision, notamment des articles 14 à 18 sur la propagande des partis politiques, la retransmission des débats parlementaires et le pluralisme de l'information ;
- au respect des règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels, notamment en assurant le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;
- au respect de l'unité nationale, de l'intégrité territoriale et du caractère laïc de la République dans les contenus des messages audiovisuels ;
- au respect de l'application stricte des dispositions des cahiers des charges relatives à la diffusion d'émissions interactives.

En période électorale, les prérogatives et attributions sont davantage élargies et concernent le traitement de l'information sur tous les supports.





## ACTIVITÉS STATUTAIRES



# I. ACTIVITÉS DU CONSEIL

## ACTIVITES STATUTAIRES

Le Conseil national de Régulation de l’Audiovisuel se réunit au moins deux fois par mois, sur convocation de son Président, à l’effet de délibérer sur les questions relevant de sa compétence. Pour pouvoir valablement délibérer, la présence d’au moins la moitié de ses membres est nécessaire. Si ce quorum n’est pas atteint, la réunion suivante pourra délibérer valablement quel que soit le nombre des membres présents.

Sur convocation de son Président, ces rencontres des membres de l’Assemblée sont l’occasion de prendre des décisions de manière consensuelle ou à la majorité simple des membres présents. En cas de partage égal des voix, celle du Président est prépondérante. Le Conseil a tenu 26 réunions statutaires au cours de l’année écoulée.

## ACTIVITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES

En 2015, le Conseil national de Régulation de l’Audiovisuel (CNRA) s’est engagé avec les instances africaines de régulation, dans une approche sous-régionale, pour trouver les solutions appropriées à la problématique de la

régulation, dans un contexte marqué par la globalisation des contenus médiatiques. A cela s’ajoutent les nombreuses initiatives prises au plan national et la participation dans des activités, pour mieux expliquer la démarche.

## LES ACTIVITÉS DU CNRA AU SÉNÉGAL

### • Colloque du Conseil pour l’Observation des Règles d’Ethique et de Déontologie dans les Médias (CORED) - Saly, 5 et 6 août 2015

Face à la multiplication des chaînes de télévision transportées par satellite sur le continent africain à l’heure du numérique, l’enjeu de mettre des mécanismes forts de régulation et d’auto-régulation s’impose pour protéger les usagers. Or, il a été observé que les contenus diffusés ne sont pas conformes aux réglementations communautaires. Le CNRA a participé au Colloque du Conseil pour

l’Observation des Règles d’Ethique et de Déontologie dans les Médias, les 5 et 6 août 2015. Il s’agit d’une rencontre régionale sur les mécanismes d’auto-régulation des médias en Afrique de l’Ouest.

Les recommandations retenues varient selon que les pays ont ou non des mécanismes ou des organes de régulation.

#### - Pour les pays sans mécanisme d’auto-régulation :

- créer un cadre de réflexion sur le sujet, à travers la sensibilisation et la réunification des acteurs ;
- encourager les associations professionnelles de journalistes à mettre en place des organes d’auto-régulation, de même pour les pays qui n’en ont pas ou qui n’en ont plus ;
- s’inspirer des expériences des pays ayant des observatoires.



- **Pour les pays ayant des organes d'autorégulation :**

- . élaborer un guide de création d'organes d'autorégulation ;
- . mettre en place un tribunal des pairs au niveau sous-régional ou créer un réseau des tribunaux des pairs ;
- . harmoniser les codes et chartes d'éthique et de déontologie au niveau de la sous-région ;
- . trouver une stratégie pour médiatiser davantage les décisions des organes d'autorégulation, en prenant le soin d'informer d'abord les journalistes et les médias incriminés.

• **Rencontre avec la Présidente de l'Observatoire national de la Parité (ONP)  
Dakar - 5 février 2015**

C'est dans la dynamique de promotion de l'égalité que le CNRA a reçu la Présidente de l'Observatoire national de la Parité (ONP), le 5 février 2015. L'objet de la rencontre était d'examiner les moyens d'intégrer la dimension genre dans les cahiers des charges applicables aux médias audiovisuels et promouvoir une image positive de la femme dans les médias, en

particulier dans le cadre des mutations en perspective dans ce secteur.

En tant qu'organe de régulation, le CNRA s'est engagé à accompagner la loi sur la parité absolue Homme-Femme, d'autant que le tissu médiatique sénégalais est aujourd'hui assez large, diversifié et mature pour assumer cette mission.

• **Le Régulateur en faveur d'une égalité hommes-femmes – Dakar – 7 mars 2015**

En 2015, le Réseau International des Femmes des Radios communautaires (RIF) a tenu son assemblée générale, le 7 mars 2015 pour partager et évaluer les réalisations du bureau du RIF et réfléchir sur les actions à mettre en œuvre pour lutter contre les inégalités de genre et mieux promouvoir les droits des femmes. Dégageant les perspectives pour l'année 2015-2016, les femmes entendent devenir des « actrices actives » du jeu politique pour prendre leur place dans toutes les instances de décision, renforcer le rôle des femmes des médias

communautaires dans l'effectivité de la parité aux élections locales. Le CNRA était invité à participer aux échanges sur le thème : « Engagement des femmes pour l'effectivité de la parité aux élections locales : quel rôle pour les femmes des radios communautaires ? ». Il s'agit de développer une vaste campagne d'information et de sensibilisation en vue d'accroître la prise de conscience des populations sur ce thème de la parité, pour une meilleure participation politique des femmes dans les instances de décisions.

• **Collectif des Techniciens de la Presse audiovisuelle du Sénégal - Passage au numérique : à l'heure de la convergence des forces - Dakar – 11 février 2015**

Le Collectif des Techniciens de la Presse audiovisuelle du Sénégal a tenu un atelier de partage sur le projet de Code de la presse et de mise à niveau sur la Télévision numérique Terrestre (TNT). Le CNRA a participé aux débats pour faciliter une meilleure compréhension du Code de la Presse par les techniciens des médias

et mieux faire comprendre le passage de l'analogique vers le numérique. Il était question de procéder à une articulation entre les orientations du Code de la presse et les mutations intervenues avec le passage vers le numérique.



- **Association des Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL)-Atelier de validation des travaux de Saly -Dakar – 10 février 2015**

La rencontre, qui s'est tenue le mardi 10 février 2015 à l'Hôtel Terrou-bi, avait pour objectif de partager largement les conclusions de l'atelier régional sur la Régulation et le Modèle économique de la Presse en Ligne (Saly Portudal, 13-15 novembre 2014). Celui-ci avait été organisé par l'Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne, en partenariat avec l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), l'Etat du Sénégal, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA), l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP), l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO).

L'atelier de validation a donc permis l'adoption du rapport général qui en est issu.

Les travaux s'étaient déroulés dans trois ateliers, qui avaient en charge la réflexion sur les points suivants : le cadre de régulation, la charte d'éthique et de déontologie et enfin le modèle économique.

Un diagnostic sans complaisance du cadre existant a ainsi été partout réalisé. Il a été l'occasion de présenter la particularité des cybermédias et les différentes difficultés auxquelles ils sont confrontés. Le cadre juridique actuel de la profession de journaliste

a été analysé pour noter son incomplétude par rapport à la presse en ligne. Les risques ainsi que les dérives de la presse en ligne n'ont pas été occultés, notamment la récurrence des atteintes à la vie privée, les injures, insultes et autres propos diffamatoires, relevée tant dans les articles que dans les espaces de contribution des lecteurs.

Un *brainstorming* intense a eu lieu avec la participation de tous. Cette étape a permis, d'une part, de recenser les différentes solutions possibles ayant trait aussi bien à la régulation qu'aux règles éthiques et déontologiques et au modèle économique et, d'autre part, de les discuter et de les analyser au regard du contexte de la presse sénégalaise en ligne.

Des propositions ont été faites pour améliorer l'existant. Elles ont permis de réécrire la partie du projet de code de la presse consacrée à la presse en ligne, d'élaborer une première rédaction de Charte d'Ethique de la Presse en Ligne au Sénégal, de définir une note conceptuelle à transformer en feuille de route pour les modèles économiques des entreprises de presse en ligne.

Des recommandations fortes ont été formulées pour corriger les erreurs, combler les lacunes.

- **Convention des Jeunes Reporters du Sénégal (CJRS) - Journaliste à l'ère du numérique : mutation ou adaptation - Dakar – 2 mai 2015**

« Journaliste à l'ère du numérique : mutation ou adaptation », c'est le thème de la table-ronde organisée par la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal, à l'occasion de la célébration de la Journée internationale de la Presse. Les avantages du passage au numérique ont été passés en revue. Les débats ont tourné autour de : « Quelle déontologie pour les nouveaux

médias ? ». Les participants ont préconisé la nécessité d'une nouvelle déontologie face aux mutations économiques, culturelles et sociales. Le CNRA est dans une dynamique qui consiste à accompagner les bonnes pratiques pour une autorégulation mutualisée entre différentes autorités identifiées, légitimes et porteuses de valeurs collectives positives.

- **Conseil pour l'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie dans les Médias (CORED) - « Cas d'Ecole »**

C'est tout le sens des conférences périodiques organisées par le CORED et dénommée « Cas

d'école » où il s'agit de sensibiliser le monde des médias aux bonnes pratiques à adopter.

- **L'Autorité de Régulation des Marchés publics (ARMP) - Enjeux de la régulation comme nouveau mode de gouvernance - Dakar - 13 février 2015**

L'Autorité de Régulation des Marchés publics (ARMP) a organisé une réunion de Comité scientifique du Cadre de Concertation, le 13 février 2015. Ce cadre de concertation vise, entre autres, à sensibiliser les pouvoirs publics, les citoyens ainsi que les acteurs des secteurs régulés à la mission qui est la leur et à leur

statut juridique, mais également aux enjeux de la régulation comme nouveau mode de gouvernance. Pour atteindre cet objectif, il a été retenu qu'au début de chaque année, le cadre de concertation établira un programme d'actions comprenant au moins l'organisation d'un forum annuel de la régulation.

- **10<sup>e</sup> session du Comité permanent pour l'Information et les Affaires culturelles (COMIAC) de l'Organisation de la Coopération Islamique (OCI) – Dakar – 27 avril 2015**

Le CNRA a participé à la 10<sup>ème</sup> session du Comité permanent pour l'Information et les Affaires culturelles (COMIAC) de l'Organisation de la Coopération islamique (OCI), le 27 avril 2015. La cérémonie inaugurale a été placée sous le signe « Jeunesse et médias pour la paix et la stabilité dans le monde musulman ». Constatant qu'une « minorité d'illuminés prend l'islam en otage », le Comité a retenu de préparer

la jeunesse au respect de la diversité en lui assurant une meilleure éducation et une meilleure formation. Ainsi il a été demandé au CNRA de s'inscrire dans cette dynamique en s'adressant aux médias, afin de lutter contre les stéréotypes, d'améliorer la formation de leurs professionnels, de se livrer à une recherche approfondie sur les repères historiques et les grandes figures des pays membres de l'OCI.

## LES ACTIVITÉS DU CNRA AU PLAN INTERNATIONAL

### En route vers des mécanismes de régulation communautaires

A l'heure du numérique, les régulateurs africains entendent mettre sur pied des mécanismes communautaires pour faire face aux enjeux et défis. Le Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC), le Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM) et le Réseau international

des Femmes des Radios communautaires (RIF) constituent des instances qui apportent des réponses concertées entre Etats et communautés à la protection des publics. Durant l'exercice écoulé, des activités ont été tenues pour échanger particulièrement sur les défis de la télévision numérique terrestre (TNT) et les inégalités.

- **4<sup>e</sup> Conférence des Présidents du REFRAM – Abidjan - 15 et 16 juin 2015**

La gestion de la transition vers le numérique a été l'une des activités phares du REFRAM (Réseau Francophone des Régulateurs des Médias), en vue de la date du basculement, le 17 juin 2015, retenue pour tous les membres de l'Union internationale des Télécommunications (UIT).

Le Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM) a organisé sa 4<sup>e</sup> Conférence à Abidjan – les 15 et 16 juin 2015 – sur le thème général : « La Régulation de la communication

audiovisuelle à l'ère du numérique et des nouveaux médias ».

Le CNRA a fait une présentation sur « enjeux et stratégies de la régulation de la communication audiovisuelle à l'ère du numérique et des nouveaux médias ».

Les autres communications ont mis l'accent sur les mécanismes de réglementation, dont la notion de convergence juridique.

Les participants ont adopté la feuille de route du Réseau pour les années 2016 et 2017 avec les thèmes prioritaires suivants : les médias audiovisuels de service public ; l'impact du numérique sur la production et la diffusion audiovisuelles et, plus globalement, l'inscription du REFRAM dans le cadre de la Stratégie de la Francophonie numérique ; la protection des

droits d'auteur dans la communication audiovisuelle ; la conservation des archives audiovisuelles.

La présidence du REFRAM est désormais assurée par la Haute Autorité de la Communication audiovisuelle de la Côte d'Ivoire, présidée par M. Ibrahima SY SAVANE.

#### • Réunion du Comité des Mandats - UEMOA – 24 mars 2015

Dans cette même veine, une réunion du Comité des Mandats par le ministère de l'Economie, des Finances et du Plan a été organisée, le

24 mars 2015, pour réfléchir sur le projet de directive portant harmonisation du cadre réglementaire de l'audiovisuel dans l'espace UEMOA.

#### • Communauté économique des Etats d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) – Projet de Radio / télévision communautaire – Abuja – 28 au 29 octobre 2015

Avec l'ambition de toujours promouvoir l'offre de programmes éducatifs, la CEDEAO a initié un projet de création d'une radio/télévision communautaire. Ce projet de grand média de portée régionale est placé sous la présidence de M. Babacar TOURÉ, Président du CNRA pour

permettre à la région de faire entendre sa voix dans la communauté et sur la scène internationale. Il permettra de promouvoir, partager et défendre un héritage culturel commun, montrer la richesse et le patrimoine de nos peuples.

#### • Colloque international sur « médias en Afrique, cinquante ans après *Le Soleil des Indépendances* : bilan, enjeux et perspectives » du 3 au 5 décembre 2015

Ce colloque, organisé par le Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) et le Réseau mondial francophone des écoles de journalisme (Réseau Théophraste), a enregistré

la participation d'éminentes personnalités évoluant dans les secteurs de la formation en droit des médias, de la régulation, de l'autorégulation et/ou des médias, etc.

**Les travaux du colloque sont articulés autour de cinq (5) axes.**

**AXE 1 :** Conférence d'ouverture sur grandeurs et décadences de l'empire médiatique français en Afrique.

**AXE 2 :** Médias et processus de démocratisation en Afrique.

**AXE 3 :** La régulation et l'autorégulation : bilan et perspectives.

**AXE 4 :** Regards croisés sur 50 ans de formation au journalisme.

**AXE 5 :** L'Afrique face aux enjeux liés aux médias sociaux.

Dans les diverses communications, l'accent a surtout été mis sur les trois aspects cités ci-dessous.

### - Le rôle éminemment important joué par les radios privées

Les radios privées ont permis l'émergence d'une pluralité d'opinions et la prise de parole des « sans voix », à travers les émissions interactives. Ces émissions radiophoniques, conçues comme un lieu d'échange d'opinions et d'idées, ont modifié, depuis quelques années, l'espace public médiatique avec l'auditeur qui y acquiert un nouveau statut.

Ces émissions ouvertes au public sont une tribune pour les minorités et contribuent à consolider les bases d'une pluralité d'expressions et de discours. Symbole d'une antenne libérée et d'une parole retrouvée, elles touchent les différentes couches sociales. Le citoyen ordinaire peut accéder à l'antenne ; il peut prendre la parole sur des sujets divers et variés.

### - La régulation de la concentration dans le secteur des médias

Cette tâche apparaît comme un difficile exercice d'équilibriste : se préoccuper à la fois de la préservation du pluralisme de l'information, sans toutefois compromettre le dynamisme économique du secteur qui garantit l'existence d'une pluralité d'acteurs.

La question est d'autant plus cruciale que les liens de causalité entre la concentration

de la propriété et l'homogénéisation ou la diminution drastique de la diversité des contenus offerts est loin d'être tranchée.

Mieux, la pluralité des entreprises de presse ne garantit pas nécessairement le pluralisme de l'information. L'exemple du Sénégal, où l'on voit souvent les mêmes contenus aux mêmes heures, est révélateur de cette affirmation.

### - Les mesures à prendre pour mettre fin ou diminuer les dérives persistantes dans les médias sociaux et en ligne

Cette question est l'une des préoccupations les plus importantes soulevées par les séminaristes.

Pour répondre à la question des participants sur les dispositions prises par le Sénégal, dans le domaine, M. Matar SALL, membre du CNRA, a précisé que le projet de code de la presse met l'accent sur l'obligation de modération aussi bien à priori qu'à posteriori. Mieux, dans le sens d'une prise en compte effective de cette mesure, les acteurs de la presse en ligne, par le biais de l'Association des Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL), dans leur souci d'assainir le secteur, ont proposé lors de l'atelier régional sur « Régulation et Modèle économique » organisé du 13 au 15 octobre 2014, une nouvelle rédaction de l'article du projet de code de la presse comme suit : « L'éditeur a la maîtrise éditoriale du contenu publié sur son site.

Sur les espaces réservés aux contributions des internautes, l'éditeur met en œuvre les dispositifs appropriés de modération. Ces dispositifs doivent

permettre, à toute personne, de signaler la présence de tels contenus illicites et à l'éditeur de les retirer promptement ou d'en rendre l'accès impossible ».

Aussi, pour une régulation efficace, l'atelier avait-il formellement recommandé aux acteurs de la presse en ligne d'aller vers des hébergeurs qui ont leur siège social au Sénégal. Dans le sens de rendre effectif ce choix, et pour réguler efficacement les sites qui n'ont pas d'extension (.sn), il est même suggéré de permettre à ceux qui ont un domaine (.com) de disposer en même temps d'un domaine (.sn).

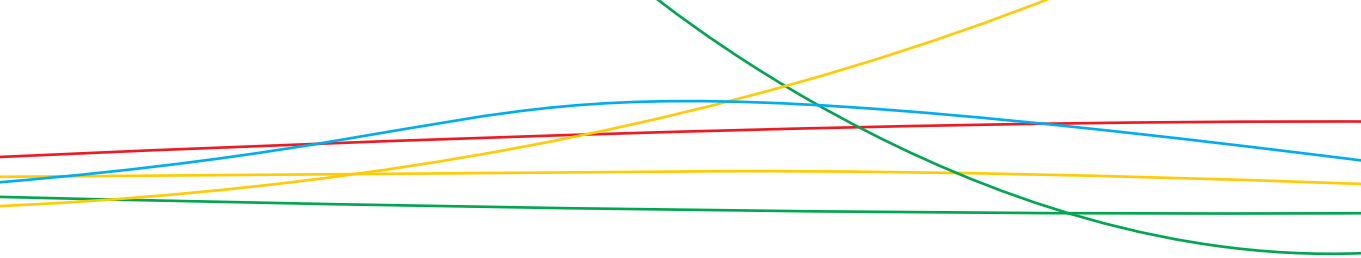
Enfin, il a précisé que l'APPEL est une des parties prenantes du Conseil pour l'Observation des Règles d'Éthique et de Déontologie dans les Médias (CORED) et que, donc, la régulation des contenus est bien envisagée. Ainsi, rien n'empêche le CORED de prononcer des sanctions à l'encontre d'une entreprise de presse en ligne qui aurait enfreint les dispositions.

## II. PLAINTES, SAISINES, AUTO-SAISINES

Au moment de piloter et de rendre effective la transition numérique, le 17 juin 2015, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel avait déjà procédé, en avril 2014, à la modernisation de son système de monitoring face aux enjeux actuels de la convergence technologique. Un outil précieux qui donne un accès aisé aux contenus et un système de suivi en temps réel d'une vingtaine de télévisions et plus de 200 radios. Cet instrument, dont la portée géographique peut encore être étendue, est tout à

fait indispensable à l'heure de la transition numérique. Installé par les services de la HACA, instance de régulation du Maroc, ce système de monitoring renforce les moyens du régulateur pour la surveillance des programmes audiovisuels : le monitoring des émissions et la concertation avec les acteurs. Il a permis d'identifier et répertorier des faits provenant d'un échantillon d'activités suivi par le service de monitoring et de documenter la production des Avis trimestriels.

1. Le non-respect de la diffusion et de la tenue régulière d'émissions ou de débats contradictoires dans les grilles de programmes du service public de l'audiovisuel.
2. La diffusion de faits choquants ou de récits en termes crus, pouvant heurter nos valeurs et nos mœurs, à travers certaines émissions, notamment « Petit déj » de Walf TV, « Entre nous » de Sen TV et de Zik FM, «Xalass » de RFM, et « Teuss » de Zik FM.
3. La persistance des dérapages, des commentaires ne respectant ni la dignité humaine, ni la morale ni la vie privée, à travers des revues de presse.
4. La persistance de la diffusion d'émissions de télé-achat en violation des principes qui les régissent, de l'omniprésence de produits ou de marques, surexposés sur les plateaux de télévision, la fréquence de bandes annonces et messages intempestifs sur les écrans de télévision.
5. La publicité déguisée dans certaines émissions en violation des articles 22 et 39 des cahiers des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels qui stipulent : « *les messages publicitaires doivent être clairement annoncés comme tels* ».
6. Les conflits et tiraillements entre opérateurs de l'audiovisuel suivis parfois d'échanges de propos injurieux par médias audiovisuels interposés.
7. La diffusion d'émissions de jeux sur des radios et télévisions sans aucune visibilité ni sur les effets « induits » de participation ni sur l'effectivité de la prise en charge juridique de ces jeux conformément à la loi en la matière.
8. La diffusion, par certaines télévisions, de spots publicitaires faisant la promotion de produits à usage dermatologique, aux vertus « éclaircissantes », sans précaution d'utilisation et dont l'usage pourrait avoir des effets néfastes sur la santé des consommateurs.
9. La diffusion et la forte médiatisation de propos ou d'attitudes obscènes, injurieux et irrévérencieux pouvant porter atteinte aux institutions de la République, à l'unité nationale et à la paix sociale.
10. Sur les plateaux de télévisions, plusieurs écarts de langage ont été notés, lors de l'élimination de l'équipe nationale de football du Sénégal dès le premier tour de la Coupe d'Afrique des Nations 2015. Sur les plateaux de télévision, plusieurs écarts de langage ont été notés.

- 
11. Le déséquilibre manifeste dans le traitement et les conditions de sélection des intervenants sur les plateaux.
  12. La présence soutenue, dans des émissions de télévision, de publicités commerciales déguisées, au profit de produits supposés avoir des vertus aphrodisiaques, en des termes qui choquent les mœurs.
  13. La violation de l'obligation, pour les chaînes audiovisuelles, de veiller à la moralité, à la valeur éducative et informative de leur ligne programmatique.
  14. Le non-respect des horaires de diffusion des programmes audiovisuels.
  15. L'absence de système de retardateur de la voix dans les régies audiovisuelles, qui favorise la diffusion en direct de propos grossiers et choquants à travers certaines émissions de faits divers proposées à des heures de grande écoute.
  16. La forte médiatisation de dossiers judiciaires ou susceptibles de connaître une issue judiciaire, au détriment de la présomption d'innocence, de la dignité et de l'honneur des personnes mises en cause.
  17. Les observations faites par ces membres et celles qui proviennent des usagers des programmes audiovisuels, s'accordent à constater que par négligence ou défaut d'équipement adéquat, de nombreuses chaînes de radio et surtout de télévision ont manqué à certaines de leurs responsabilités en :
    - portant atteinte à la dignité de la personne humaine, comme ce fut le cas avec la diffusion d'images de violences sur le procès Hissène Habré dans les journaux de la RTS1 du 7 septembre 2015 à 20 heures et du 8 septembre 2015 à 13 heures ;
    - ne respectant pas la vie privée des invités ou en diffusant des propos diffamatoires ou injurieux, notamment au cours des émissions « Liici Rewmi » de SEN-TV du 2 septembre 2015 et « Opinion » sur WALF TV du 6 septembre 2015 ;
    - manifestant une certaine complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine, comme par exemple la publication dans la presse et la diffusion à la télé et sur les sites d'information, d'images insupportables du drame survenu à Mina, pendant le pèlerinage à la Mecque 2015, qui ont heurté l'opinion ;
    - faisant la promotion de partenaires commerciaux, en l'occurrence une agence de voyage qui n'aurait enregistré aucune victime lors du drame de Mina, comme ce fut le cas, à plusieurs reprises, dans le journal du pèlerinage de Sud FM ;
    - favorisant la confusion entre l'information et le divertissement (stigmatisation de membres de la famille de Thione Seck dans un sketch de Walf Ngonal du 11 août 2015) ou entre l'information et l'opinion « Wareef » sur TFM du 30 septembre 2015 ;
    - accueillant une publicité pour des produits ou services nuisibles à la santé ou non conformes aux exigences de la décence ou de la vérité et susceptibles d'induire en erreur le consommateur ou d'éveiller chez lui de chimériques espoirs. Ces dérives sont illustrées dans les nombreuses émissions de radio et de télévision consacrées à la publicité accordée aux guérisseurs et aux produits de dépigmentation.

## • Traitement des plaintes des usagers et opérateurs

En vertu de la loi portant sa création, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel peut être saisi sur toute violation des dispositions législatives et réglementaires régissant les médias audiovisuels ainsi que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des

organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat. Il peut également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérer. En 2015, le Conseil a reçu un certain nombre de plaintes portant sur les programmes audiovisuels.

Les motifs invoqués par les téléspectateurs portaient essentiellement sur :

- des images indécentes diffusées à la télévision ;
- la recrudescence de la pratique répréhensible des chaînes de télévision consistant à exposer des dépouilles mortelles, à l'occasion de la couverture des événements survenus à Mina au dernier pèlerinage à la Mecque et d'un Sénégalais tué au Nigéria ;
- des appels à la violence relayés par les médias, notamment sur le conflit entre députés du Parti démocratique sénégalais (PDS) autour de la présidence du groupe parlementaire des Libéraux et Démocrates et la validation d'une liste à l'Assemblée ;
- la diffusion des images d'une extrême violence qui portent atteinte à l'honneur, à l'intégrité et à la dignité de Monsieur Hissène Habré dont les droits ont été ainsi bafoués, lors de la tenue du procès de l'ancien Président du Tchad ;
- la diffusion d'images étalant des pans de leur vie privée faits de trahison, de chantage, d'adultère et de vices, aux antipodes des valeurs fondatrices de notre société. L'émission a été marquée par des paroles obscènes, des injures, des insultes et des scènes de violence ;
- des attaques personnelles par des propos outranciers, injurieux et irrévérencieux entre personnalités publiques, devant l'attitude complaisante des animateurs des dites émissions ;
- la représentation d'enfants en situations inappropriées telles que la consommation d'alcool ;
- les atteintes à la pudeur, l'exposition de nudités corporelles ;
- les émissions et propos grossiers ou insolents ;
- les pratiques de désinformation ;
- le traitement déséquilibré des affaires judiciaires dans une logique accusatoire ;
- les fautes dans la transcription du wolof ;
- les contenus de peu d'utilité pour les téléspectateurs ;
- les images indécentes diffusées à la télévision ;
- les appels à la violence relayés par les médias ;
- la question de la médecine traditionnelle.

Accordant un traitement particulier à chacune de ces interpellations, notamment des plaintes et réclamations, le CNRA a rendu publics un certain nombre de communiqués, d'observations et injonctions pour notifier sa décision. Le CNRA prend contact avec la partie incriminée, lui signifie par courrier le grief formulé à son encontre et lui rappelle la disposition légale ou réglementaire qui s'applique et à laquelle elle doit se conformer, sous risque de sanction prévue.





- **Mises en demeure**

Dans les dispositions relatives aux contrôles et aux sanctions, le Conseil peut prendre une sanction, en cas de manquement aux obligations prévues par la loi portant sa création ainsi que par les Conventions et cahiers des charges. Le CNRA peut prononcer une suspension, une sanction pécuniaire, des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants, en fonction de la gravité des griefs, pour enjoindre aux opérateurs de veiller

au respect des dispositions de la loi, des cahiers des charges et conventions régissant le secteur. Pour 2015, le Conseil a mis en demeure des opérateurs audiovisuels pour arrêt immédiat de diffusion ou de rediffusion d'émissions dont les images sont contraires aux bonnes mœurs. Les opérateurs saisis ont généralement donné une suite positive et rapide aux rappels à la légalité en suspendant sans délais la diffusion d'émissions incriminées.

- **Observations et injonctions**

Pour l'exercice de l'année écoulée, le CNRA a rendu publiques deux observations pour déplorer les propos offensants et également choquants pour le public relevés dans certaines émissions. Il s'agit de l'émission « LIICI REWMI » du 2 septembre 2015 au cours de laquelle l'invité, Monsieur Moustapha Cissé Lô, a tenu des propos injurieux contre Monsieur Serigne Modou Bousso Dieng. La seconde observation

est relative à l'émission « OPINION » du 6 septembre 2015 au cours de laquelle l'invité, Monsieur Serigne Modou Bousso DIENG, a tenu des propos injurieux contre Monsieur Moustapha Cissé Lô. Une injonction a été adressée à EXCAF TELECOMS à l'effet d'arrêter immédiatement la diffusion de certains programmes dont ceux de la chaîne RTL9.

- **Diffusion des Avis trimestriels**

Le CNRA publie, à la fin de chaque trimestre, un avis donnant des indications sur les déséquilibres et/ou sur le non-respect du pluralisme dans le secteur de l'audiovisuel sur la période écoulée. Il propose, le cas échéant, les mesures et actions requises pour corriger les dysfonctionnements constatés.

Pour l'année écoulée, il était question de parler de l'audiovisuel qui doit éviter de contribuer à

l'exacerbation des vices et nuisances dans la société et un secteur audiovisuel au service d'une société plurielle. Le Conseil est aussi revenu sur la transition vers le numérique, tout en rappelant la responsabilité partagée du basculement.

Les quatre Avis trimestriels diffusés en 2015 sont repris dans ce rapport.

### III. AVIS TRIMESTRIELS

#### JANVIER, FÉVRIER, MARS 2015

## L'audiovisuel doit éviter de contribuer à l'exacerbation des vices et nuisances dans la société

Dans l'accomplissement de leurs missions, les médias audiovisuels se doivent de préserver l'intérêt public, de sauvegarder l'enfance et l'adolescence et les groupes vulnérables, mais aussi et surtout de rester attachés à la consolidation des valeurs fondatrices et des principes intangibles qui gouvernent la vie en société. Quand l'amplification inhérente à l'activité audiovisuelle s'applique à certaines « dérives » qui mettent à mal nos valeurs et nos croyances, elle conduit à la banalisation de l'inacceptable.

Les faits relevés et répertoriés dans le présent avis qui couvre la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 mars 2015, proviennent d'un échantillonnage des activités de monitoring des services du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA).

Le CNRA, conformément aux dispositions de l'article 14 de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006 portant sa création, a délibéré en sa séance du 2 avril 2015 sur les manquements et dysfonctionnements constatés dans les contenus audiovisuels diffusés dans l'espace public, durant le premier trimestre de l'année 2015.

## I / DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS CONSTATES

### 1. La diffusion et la forte médiatisation de propos ou d'attitudes obscènes, injurieux et irrévérencieux pouvant porter atteinte aux Institutions de la République, à l'unité nationale et à la paix sociale

Les débats relayés ces derniers temps par les médias audiovisuels se déroulent dans un climat pollué par des propos pour le moins discourtois, voire obscènes, injurieux et irrévérencieux. De tels propos imputables aussi bien à des personnalités publiques qu'à des citoyens,

dans le cadre de débats ou de controverses économiques, politiques, sportives, sont de nature à porter atteinte à l'honneur, à la respectabilité et à la dignité de personnalités et acteurs de la vie politique, économique et sociale du pays.

### 2. Le fort élan médiatique autour de l'élimination de l'équipe nationale de football du Sénégal dès le premier tour de la Coupe d'Afrique des Nations 2015

Sur les plateaux de télévision, plusieurs écarts de langage ont été notés, notamment :

- sur la TFM, le vendredi 30 janvier 2015, durant l'émission « Jakarlo », en l'absence de tout représentant de la Fédération sénégalaise de Football (FSF), un débat s'est engagé sur la responsabilité de ladite fédération dans ce qui est considéré comme un échec cuisant venu s'ajouter à une longue série.

Des jugements ont été émis, en particulier sur la personne du Président de la Fédération sénégalaise de Football, qui, selon un des intervenants, "ne serait pas un homme chanceux",

or dans le contexte socio-culturel sénégalais ce genre d'étiquette, stigmatisant, est considéré quasiment comme maléfique, donc dangereux ;

### **3. Le déséquilibre manifeste dans le traitement et les conditions de sélection des intervenants sur les plateaux**

Les animateurs, journalistes pour la plupart, font montre d'une certaine partialité selon que l'intervenant tient des propos à leur convenance ou non au détriment de l'objectivité et de la neutralité qui caractérisent l'exercice de

la profession de journaliste. Ce traitement tendancieux est constaté même dans le temps d'antenne des intervenants qui est disproportionné en fonction des positions soutenues ou non par le présentateur.

### **4. La présence soutenue, dans des émissions de télévision, de publicités commerciales déguisées, au profit de produits supposés avoir des vertus aphrodisiaques, en des termes qui choquent les mœurs**

Sur la 2STV, l'émission « Thiowli Thiowli » diffusée le 6 février 2015 à 21h00, les vertus de ces produits sont vantées par l'animatrice relayée par un « tradi-praticien » à travers des émissions audiovisuelles, en violation des

dispositions de l'article 10 du décret n°67-147 du 10 février 1967 instituant le code de déontologie médicale qui interdit toute forme de publicité dans le domaine médical.

### **5. La violation de l'obligation, pour les chaînes audiovisuelles, de veiller à la moralité, à la valeur éducative et informative de leur ligne programmatique**

Le CNRA constate pour le déplorer sur la plupart des chaînes audiovisuelles, la prolifération d'émissions sur des faits divers, souvent maladroitement justifiées ou légitimées comme étant des miroirs fidèles de la société

sénégalaise. Les éditeurs audiovisuels sont astreints à ne pas s'autoriser la diffusion d'émissions dont l'impact est ou peut être négatif sur certains publics, non préparés à les recevoir.

### **6. Le non-respect des horaires de diffusion des programmes audiovisuels**

Seule la diffusion des émissions d'information (journaux télévisés) semble répondre à l'exigence de la ponctualité dans la programmation. En ce qui concerne les horaires de démarrage quotidien des émissions, si certaines chaînes font manque de constance (souvent en ouvrant par une émission religieuse) d'autres, en revanche, font étalage d'une dispersion notoire. Il est donc quasiment

impossible de repérer le démarrage réel de leurs programmes, caractéristique que l'on retrouve, de manière générale, dans la programmation des émissions, tout au long de la journée. Il existe de véritables difficultés quand on tente d'établir une grille de programmes en se référant à la diffusion effective des émissions pour certaines chaînes de télévision.

## **7. L'absence de système de retardateur de la voix dans les régies audiovisuelles, qui favorise la diffusion en direct de propos grossiers et choquants à travers certaines émissions de faits divers proposées à des heures de grande écoute**

Récemment, le public de la 2STV a pu apprécier en direct les propos irrévérencieux, voire injurieux, d'un responsable politique à l'encontre d'une personnalité publique. Sur la TFM, aussi, un

télespectateur, via un appel téléphonique en pleine émission, a injurié en direct un des animateurs de l'émission « Waref ».

## **8. La forte médiatisation de dossiers judiciaires ou susceptibles de connaître une issue judiciaire, au détriment de la présomption d'innocence, de la dignité et de l'honneur des personnes mises en cause**

Il est de plus en plus noté une multiplication de plateaux audiovisuels dans lesquels les invités traitent allègrement de sujets portant sur des

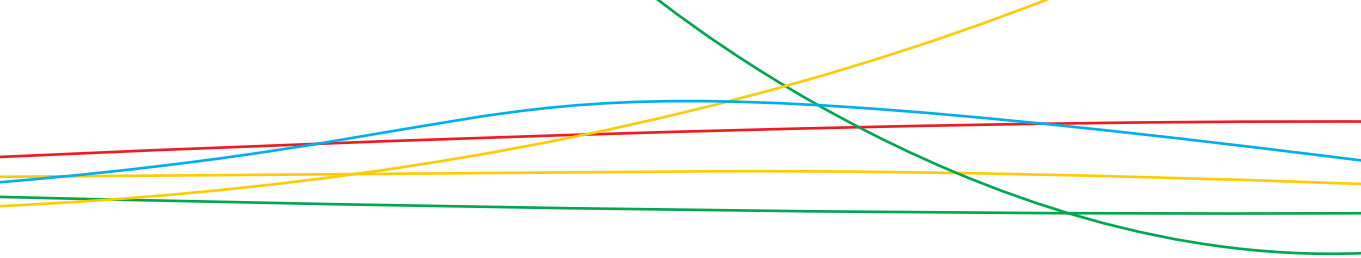
dossiers de justice en cours d'instruction ou en voie de délibération.

## **II / RAPPELS ET RECOMMANDATIONS**

### **La diffusion et la forte médiatisation de propos ou d'attitudes obscènes, injurieux et irrévérencieux pouvant porter atteinte aux Institutions de la République, à l'unité nationale et à la paix sociale**

Face à de tels manquements, qui constituent une violation de la réglementation en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel recommande aux acteurs des médias :

1. de s'abstenir de relayer des propos ou comportement discourtois, voire obscènes, injurieux et irrévérencieux susceptibles de porter atteinte à la cohésion sociale, à la stabilité du pays, à l'honneur et à l'intégrité de la personne humaine ainsi qu'à la crédibilité des Institutions de la République ;
2. de ne pas porter ou amplifier des jugements ou des propos désobligeants pouvant porter atteinte à la dignité et à la respectabilité des responsables en charge de l'organisation d'événements inhérents à des enjeux sportifs, socio-économiques ;
3. de faire preuve de plus de rigueur et de professionnalisme dans la conduite d'émissions, de débats sur plateaux avec des invités, et de réserver le même traitement à tous les participants présents sur le plateau de télévision, quelles que soient leurs fonctions, responsabilités ou prérogatives sociales ;
4. de veiller à la nécessité de préserver le public de pratiques à risques pour la santé publique conformément aux dispositions de la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité. Le code de déontologie médicale n'accepte aucune forme de publicité chez les professionnels du secteur. Les émissions de télévision au profit de produits supposés avoir des vertus aphrodisiaques, exposent le public à des risques d'ordre sanitaire et les animateurs à des poursuites pénales ;

- 
5. de faire preuve d'une créativité plus diversifiée et plus objective pour le sens collectif, qui respecte, renforce la liberté d'opinion, d'expression et d'information inhérente aux défis sociétaux de toute démocratie ;
  6. de mettre en place des grilles de programme et de respecter, le plus rigoureusement possible, la ponctualité dans la diffusion des contenus, conformément aux dispositions des cahiers des charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels ;
  7. de s'équiper obligatoirement d'un système de retardement de la voix, conformément aux dispositions de l'article 10 de la loi n°2006-04 du 4 janvier 2006 ;
  8. de respecter les conditions dans lesquelles le traitement médiatique des affaires judiciaires devrait s'inscrire conformément à l'article 18 du cahier des charges.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veillera à l'application stricte des recommandations formulées, afin que des correctifs adéquats et durables soient apportés aux manquements constatés.

**Pour l'Assemblée du CNRA**

**Le Président**

### Un secteur audiovisuel au service d'une société plurielle

A l'heure où notre pays marque le début de son passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique, l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle est invité à répondre aux défis sociétaux, inhérents à la modernité. Notre paysage audiovisuel, dans une permanente gestation, fonction de son dynamisme technologique, a l'obligation de refléter le caractère fondamentalement pluraliste de notre pays, à travers toutes ses diversités : politiques, syndicales, culturelles, religieuses.

La protection du jeune public et des groupes vulnérables, le respect de la diversité (politique, confessionnelle, confrérique, etc.), l'intégrité des messages publicitaires, le sens des responsabilités dans le traitement des questions de santé publique, sont autant de constantes incontournables qui permettent d'évaluer la pertinence de l'offre audiovisuelle. Outre la créativité, le sens de la responsabilité et de la

mesure, c'est la qualité des contenus et la pertinence des programmes que les chaînes de télévision proposeront au public qui seront déterminants.

Conformément à l'article 14 de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, ayant délibéré en sa séance du 2 juillet 2015, rend public le présent avis sur les dysfonctionnements constatés au cours du deuxième trimestre de la présente année et formule des recommandations pour y apporter les correctifs nécessaires.

Les faits identifiés et répertoriés dans le présent avis qui couvre la période du 1<sup>er</sup> avril au 30 juin 2015, proviennent d'un échantillonnage des résultats des activités de suivi opérées par le service de monitoring du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel.

## I / DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS CONSTATÉS

### 1. Le non-respect de la diffusion et de la tenue régulière d'émissions ou de débats contradictoires dans les grilles de programmes du service public de l'audiovisuel

Le Conseil constate une forte réduction des espaces dédiés à l'expression politique plurielle, prévus par la loi n° 92-57 du 3 septembre 1992 relative au pluralisme à la Radio Télévision.

A titre illustratif, la RTS1, en violation de l'article 15 de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006, ne propose plus, depuis quelque temps, l'émission

« Pluriel » qui doit être programmée toutes les deux semaines.

Par ailleurs, le CNRA déplore la persistance d'un déséquilibre dans le traitement de l'information politique dans les médias de service public au détriment de certains partis politiques en violation des dispositions légales.

## **2. La diffusion de faits choquants ou de récits en termes crus, pouvant heurter nos valeurs et nos mœurs, à travers certaines émissions, notamment « Petit déj » de Walf TV, « Entre nous » de la Sen TV et de Zik FM, «Xalass » de la RFM, et « Teuss » de Zik FM**

Sur Walf TV, au cours de l'émission « Petit Déj » du 4 juin 2015, entre 08:10:37 et 08:41:38, un témoignage a été diffusé, dans lequel l'intervenant s'est longuement exprimé sur la relation

adultérine entretenue avec sa « tante » (c'est-à-dire l'épouse de son père), suivi des commentaires d'un goût douteux venant de l'un des animateurs de l'émission.

### **Sur Sen TV et sur Zik FM, dans l'émission « Entre nous » du 30 mai 2015 à 15 h, des jeunes se disent fiers d'avoir des rapports sexuels avec des hommes ou des femmes mariés**

La radio ZIK FM, le 14 avril 2015, entre 08:52:39 et 09:29:13, a diffusé deux témoignages sur une tentative de viol et d'insoutenables sévices exercés sur un enfant, ces témoignages étant ceux de la mère et de la victime.

La RFM, à la date du 15 avril 2015, entre 08:08:14 et 08:09:28, a diffusé des propos attribués à une jeune mère célibataire, apparemment encore mineure, déjà victime de viol à l'âge de 10 ans : elle y accuse sa très proche famille de la contraindre à des actes sexuels avec des personnes adultes, pour en tirer des moyens de subsistance.

## **3. La persistance des dérapages, des commentaires ne respectant ni la dignité humaine, ni la morale ni la vie privée, à travers des revues de presse**

Le CNRA déplore très fortement, dans les revues de presse, les dérives verbales, ponctuées de commentaires parfois tendancieux, en reprenant des titres ou des articles de la presse écrite qui peuvent porter atteinte aux Institutions et à la dignité de la personne humaine.

A titre d'illustration, la radio Zik FM, dans sa revue de presse du 27 mai 2015, a diffusé des propos insultants pouvant porter gravement atteinte à la vie privée, à l'honneur et à l'intégrité de la personne humaine.

## **4. La persistance de la diffusion d'émissions de télé-achat en violation des principes qui les régissent, de l'omniprésence de produits ou de marques, surexposés sur les plateaux de télévision, la fréquence de bandes-annonces et messages intempestifs sur les écrans de télévision**

## **5. La publicité déguisée dans certaines émissions en violation des articles 22 et 39 des cahiers des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels qui stipulent :**

« Les messages publicitaires doivent être clairement annoncés comme tels »

## 6. Les conflits et tiraillements entre opérateurs de l'audiovisuel suivis parfois d'échanges de propos injurieux par médias audiovisuels interposés

Confronté au triptyque, « éduquer, informer, divertir », la mission principale des médias, notre paysage audiovisuel se révèle riche d'un nombre significatif de chaînes de radiodiffusion mais accuse un manque structurel de diversité et de créativité dans les programmes. Cette situation n'est pas favorable à une saine et stimulante émulation entre les professionnels, au grand dam du public destinataire de l'offre de contenus.

L'énergie déployée par ces professionnels est uniquement utilisée à alimenter et à agrémenter des conflits et divergences sur fond d'accusations mutuelles de plagiat et/ou de vol de concepts audiovisuels, au grand détriment des téléspectateurs.

## 7. La diffusion d'émissions de jeux sur des radios et télévisions sans aucune visibilité ni sur les effets « induits » de participation ni sur l'effectivité de la prise en charge juridique de ces jeux conformément à la loi en la matière

Il s'agit là de la promotion de « l'argent » facile, sans respect des lois et règles qui régissent l'univers des jeux de hasard, notamment

l'absence de dispositif juridique faisant foi de gains véritables dans les meilleures conditions.

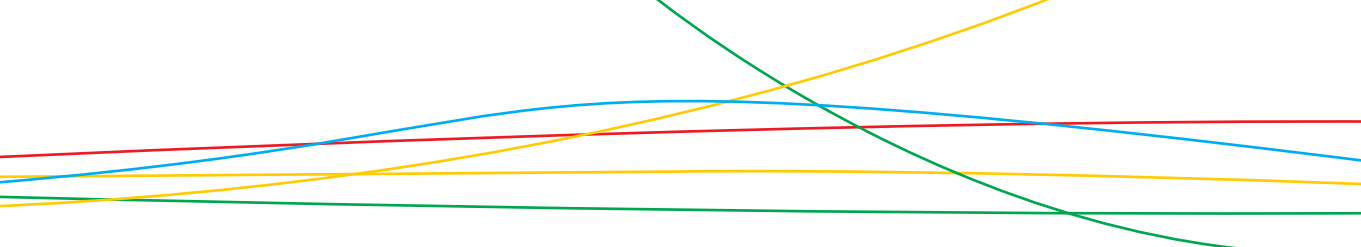
## 8. La diffusion, par certaines télévisions, de spots publicitaires faisant la promotion de produits à usage dermatologique, aux vertus « éclaircissantes », sans précaution d'utilisation et dont l'usage pourrait avoir des effets néfastes sur la santé des consommateurs

## II / RAPPELS ET RECOMMANDATIONS

Face à de tels manquements, qui sont en contradiction manifeste avec les dispositions des textes législatifs et réglementaires en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'audiovisuel recommande :

1. de respecter les principes d'équité, d'équilibre et de pluralisme dans le traitement de l'information politique, conformément à l'article 7 de la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006 ; de reprendre les émissions légales, de débats contradictoires réservés aux partis politiques, à la radio et à la télévision publiques ; de donner un accès équitable aux médias à tous les acteurs politiques, syndicaux et aux organisations reconnues de la société civile, conformément aux dispositions de la loi n° 92-57 du 3 septembre 1992 relative au pluralisme à la Radio Télévision ;
2. d'éviter la diffusion et/ou l'amplification de propos ou le récit de faits divers pouvant choquer le jeune public ;
3. de ne pas perdre de vue l'exigence de rigueur et de professionnalisme dans la présentation des revues de presse en évitant les commentaires qui violent les lois et règlements relatifs au respect des Institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;



- 
4. de respecter les dispositions de l'article 40 du cahier des charges applicable aux titulaires d'une autorisation de diffusion de programmes audiovisuels qui précise que pour une période d'émission d'une heure, la durée des messages publicitaires ne peut excéder 20% ;
  5. de respecter les dispositions des articles 22 et 39 des cahiers des charges applicables aux titulaires d'une autorisation de diffusion de programmes audiovisuels ;
  6. de promouvoir et de partager les conditions structurantes inhérentes à une dynamique professionnelle, dans le respect de la libre et saine concurrence entre entreprises de communication audiovisuelle ;
  7. de prendre les dispositions nécessaires pour encadrer juridiquement les jeux organisés faisant appel à la participation des populations ;
  8. de mettre un terme, sans délai, à la diffusion de spots publicitaires au profit de produits dermatologiques, supposés avoir des vertus « éclaircissantes » ; dans le strict respect des dispositions de la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité, les éditeurs de programmes audiovisuels doivent prendre leur responsabilité et veiller à la nécessité de préserver le public de pratiques à risques pour leur propre santé.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel accordera une attention particulière à la mise en œuvre effective de ces recommandations par tous les acteurs du secteur, en vue de corriger les manquements constatés et d'éviter qu'ils ne se reproduisent.

**Pour l'Assemblée du CNRA**

**Le Président**

### A l'ère du numérique : pour une responsabilité partagée

L'article 14 de la loi no 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) fait obligation à notre institution de publier, à la fin de chaque trimestre, un avis donnant des indications sur les dysfonctionnements constatés dans le secteur de l'audiovisuel et de recommander les mesures et actions requises pour les corriger.

Cette mission s'avère aujourd'hui d'autant plus nécessaire et complexe que notre pays entame une véritable révolution technologique grâce au basculement vers le numérique.

La généralisation des services de ce mode de diffusion, la multiplication des chaînes de radios et de télévisions, la fourniture de nouveaux services, etc., représentent de nouveaux défis et imposent une redistribution des obligations

pour toutes les parties impliquées dans le paysage audiovisuel sénégalais.

Pour sa part, le CNRA, est plus que jamais attaché à ce qui est au cœur de la régulation : le contrôle du respect de la qualité et aussi et surtout celui des règles déontologiques.

C'est à cet effet qu'au cours de sa séance du 15 octobre 2015 il a décidé de rendre public le présent avis pour, une fois encore, attirer l'attention sur les dérives répétitives et quelque fois graves qui émaillent les programmes de radio et de télévision.

Cette adresse est destinée à la fois aux éditeurs et diffuseurs de radio et de télévision, aux journalistes et animateurs d'émissions et, de manière générale, à l'ensemble de la société.

#### 1. A L'ATTENTION DES ÉDITEURS

Comme le mentionnent expressément les cahiers des charges applicables aux éditeurs et diffuseurs de programmes audiovisuels, le titulaire est responsable des émissions qu'il diffuse. Il est tenu au respect de ses engagements et c'est ce qui fonde et justifie l'auto saisine du régulateur et les procédures de plaintes reçues par le CNRA qui font l'objet de délibérations.

Au cours du troisième trimestre de l'année 2015 les relevés effectués par le service de monitoring du CNRA, les observations faites par ses membres et celles qui proviennent des usagers des programmes audiovisuels, s'accordent à constater que par négligence ou défaut d'équipement adéquat, de nombreuses chaînes de radio et surtout de télévision ont manqué à certaines de leurs responsabilités en :

- portant atteinte à la dignité de la personne humaine, comme ce fut le cas avec la diffusion d'images de violences sur le procès Hissène HABRE dans les journaux de la RTS1 du 7 septembre 2015 à 20 heures et du 8 septembre 2015 à 13 heures ;
- ne respectant pas la vie privée des invités ou en diffusant des propos diffamatoires ou injurieux, notamment au cours des émissions « Liici Rewmi » de SEN-TV du 2 septembre 2015 et « Opinion » sur WALF TV du 6 septembre 2015 ;
- manifestant une certaine complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine, comme par exemple la publication dans la presse et la diffusion à la télé et sur les sites d'information

d'images insupportables du drame survenu à Mina pendant le pèlerinage à la Mecque 2015 qui ont heurté l'opinion ;

- faisant la promotion de partenaires commerciaux en l'occurrence une agence de voyage qui n'aurait enregistré aucune victime lors du drame de Mina, comme ce fut le cas, à plusieurs reprises, dans le journal du pèlerinage de Sud FM ;
- favorisant la confusion entre l'information et le divertissement (stigmatisation de membres de la famille de Thione SECK dans

un sketch de Walf Ngonal du 11 août 2015), ou entre l'information et l'opinion (« Wareef » sur TFM du 30 septembre 2015) ;

- accueillant une publicité pour des produits ou services nuisibles à la santé ou non conformes aux exigences de la décence ou de la vérité et susceptibles d'induire en erreur le consommateur ou d'éveiller chez lui de fallacieux espoirs. Ces dérives sont illustrées dans les nombreuses émissions de radio et de télévision consacrées à la publicité accordée aux guérisseurs et aux produits de dépigmentation.

## 2. A L'ATTENTION DES JOURNALISTES

Le journaliste professionnel doit être conscient de ses responsabilités politiques et sociales vis-à-vis de la société tout en répondant au droit du public à l'information. Il est le seul habilité à animer les programmes d'information et il lui revient de les présenter dans la forme et dans les termes conformes à sa mission. La diffusion de propos injurieux et diffamatoires engage sa responsabilité. Le journaliste doit s'abstenir de prendre part à une publicité commerciale. Mais c'est surtout son rôle dans la conduite des débats qui a été mis en exergue au cours

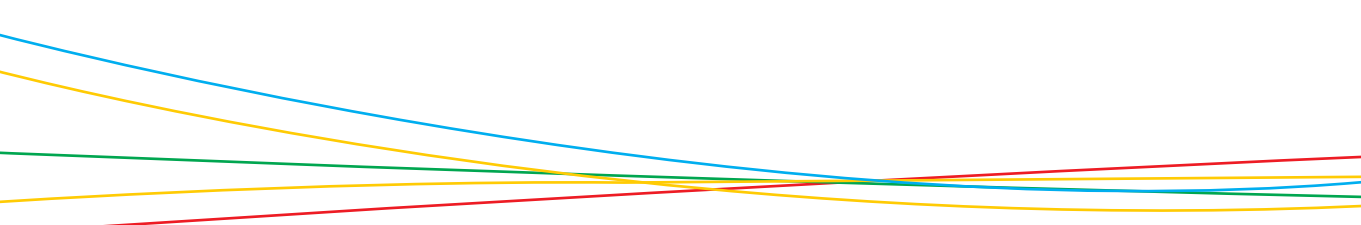
de ce trimestre. Beaucoup d'observateurs et d'utilisateurs ont déploré que des journalistes ou des animateurs faisant office de journalistes, aient oublié qu'ils doivent, en toute circonstance, garder la maîtrise de l'antenne ou qu'ils se soient dispensés de la rétablir lorsqu'elle était menacée. Les émissions précitées « Liici Rewmi », sur SEN-TV, et « Opinion », sur WALF-TV, ont démontré que la passivité voire la complaisance des journalistes pouvaient servir à attiser une verve destructrice et prêter à des abus de langage.

## 3. RECOMMANDATIONS

Plutôt que de formuler de simples recommandations, le CNRA appelle tous les acteurs du paysage audiovisuel sénégalais à entreprendre une véritable révolution des esprits et des comportements parallèlement à la révolution numérique qui s'amorce.

Cette révolution passe d'abord par l'amélioration des équipements et des méthodes de travail et c'est à ce titre que le CNRA invite les éditeurs et diffuseurs à :

- poursuivre et améliorer leur équipement technique de façon à faciliter le contrôle des émissions qu'ils diffusent, en se dotant d'un système de retardement de la voix, comme l'exige du reste l'article 10 la loi portant création du CNRA;
- renforcer la gestion de leurs programmes en s'attachant les services d'un responsable des programmes et en mettant en place, la commission de visionnage prévue par les cahiers des charges qui permet la classification des programmes, la mise en place d'une signalétique et une meilleure protection des enfants et adolescents;
- assurer un meilleur encadrement des émissions en direct ou de télé-réalité ;

- 
- contenir la publicité dans des limites telles qu'elle ne serve pas à promouvoir des produits faisant l'objet d'une interdiction légale ou réglementaire, ou à faire des enfants des prescripteurs des produits dont elle est l'objet ;
  - conforter leurs journalistes dans leurs prérogatives de maîtres de l'antenne et leur devoir de recourir à des sources diversifiées et crédibles.

Les éditeurs et diffuseurs sont invités à prêter plus d'attention à la promotion de la diversité, au traitement des handicapés visuels et auditifs et à favoriser l'émergence d'une production locale de qualité pour promouvoir l'identité nationale et les valeurs publiques et générer de nouvelles ressources.

#### **4. DE LA RESPONSABILITÉ PARTAGÉE**

Les téléspectateurs et auditeurs doivent être les principaux bénéficiaires et les gardiens de la liberté de communication et de la diversité de l'offre audiovisuelle. Le CNRA ne peut que se réjouir de leur vigilance qui s'est exprimée notamment par la condamnation par l'opinion et les professionnels (Fédération sénégalaise des praticiens de la médecine traditionnelle, CORED, etc) de l'invasion des écrans et des ondes par la publicité réservée à des charlatans, avec la complicité des médias, et la publication

d'images jugées choquantes par les proches des victimes de Mina.

Pour toutes ces raisons, le CNRA reste particulièrement attentif aux observations et plaintes exprimées par les usagers des médias et conformément aux articles 17 et 18 de la loi qui porte sa création, il continuera à tout mettre en œuvre pour les examiner avec diligence et trouver les solutions qui s'imposent, tout en respectant la liberté d'opinion et d'expression garantie par la loi.

**Pour l'Assemblée du CNRA**

**Le Président**

### La responsabilité des médias audiovisuels dans la préservation des valeurs

Les éditeurs et les professionnels des médias audiovisuels doivent avoir un sens élevé des principes et valeurs qui fondent notre République.

La diffusion des contenus audiovisuels obéit à un cadre défini par les lois et règlements en vigueur et les cahiers des charges.

La liberté de la presse et celle d'opinion ne confèrent pas le droit de diffuser des propos ou images attentatoires à la morale publique ou celui de servir de relais à des individus dont le discours ou le comportement promeut la

remise en cause des valeurs républicaines et sociétales.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA), conformément à la loi n° 2006-04 du 04 Janvier 2006 portant sa création, après en avoir délibéré en sa séance du 14 janvier 2016, décide de rendre public le présent avis trimestriel donnant des indications sur les dysfonctionnements et manquements constatés au cours du quatrième trimestre de l'année 2015 dans les médias audiovisuels ainsi que des recommandations pour y apporter les correctifs nécessaires.

#### 1. A L'ATTENTION DES ÉDITEURS

Le CNRA appelle les titulaires d'une autorisation de diffusion de programmes audiovisuels à l'attachement aux principes et valeurs qui fondent notre vie en communauté, conformément aux dispositions régissant le secteur audiovisuel.

Dans ce sens, les charges applicables stipulent clairement que la programmation et la diffusion d'émissions contraires aux lois et règlements, à

l'ordre public, aux bonnes mœurs, à la sécurité publique et au respect de la dignité de la personne humaine sont interdites.

Le rapport de suivi des programmes audiovisuels établi par le service de monitoring et qui couvre la période du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre 2015, a permis de relever un certain nombre de manquements et de dysfonctionnements sur l'offre de contenus audiovisuels, notamment :

- le non-respect des Institutions de la République (Président de la République, Assemblée nationale, ...), de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;
- la diffusion d'appels à la désobéissance civile et à la violence, d'appels à la violence sur les antennes ;
- la diffusion d'images mettant en scène des enfants de bas âge et encourageant les contrevaleurs, celle d'images choquantes et indécentes à la télévision, montrant une dépouille mortelle portant une étiquette d'identification ;
- la diffusion de contenus comportant des séquences obscènes (clips musicaux) et violentes (films) diffusées à des heures indues ;
- la persistance des dérives notées lors des émissions interactives et des débats diffusés en direct.

## 2. A L'ATTENTION DES JOURNALISTES

Les journalistes ou les animateurs doivent faire preuve de plus de rigueur et de professionnalisme dans la conduite des émissions interactives ou des débats diffusés en direct. Ces responsables doivent veiller au respect des dispositions de l'article 10 de la Constitution, aux termes

desquelles, chacun a le droit d'exprimer librement ses opinions, pourvu que l'exercice de ce droit ne porte pas atteinte à l'ordre public, à l'honneur, à la considération d'autrui, ainsi qu'aux convictions religieuses, philosophiques, etc.

## 3. RECOMMANDATIONS

Le CNRA invite les éditeurs et diffuseurs à prendre toutes les mesures et actions requises pour corriger les dysfonctionnements constatés, notamment :

- éviter de médiatiser et de rediffuser des propos portant atteinte à la crédibilité des Institutions, à la vie privée et à l'honneur des citoyens ;
- faire preuve de plus de vigilance et de rigueur dans le traitement de certaines informations pouvant heurter la sensibilité des auditeurs et des téléspectateurs en veillant particulièrement sur la protection des enfants ;
- se garder de diffuser des propos séditieux, ainsi que des incitations et appels à la violence pouvant constituer une menace à la cohésion nationale, à l'intégrité du territoire, à la stabilité des institutions, au caractère laïc de la République et à la paix sociale ;
- veiller à la sauvegarde de nos valeurs morales ainsi qu'à la préservation des identités culturelles et du pluralisme dans les programmes diffusés ;

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel appelle les éditeurs de programmes audiovisuels à veiller à la mise en œuvre effective de ces recommandations, afin de faire jouer aux médias audiovisuels leur véritable mission.

**Pour l'Assemblée du CNRA**

**Le Président**

## IV. LE PAYSAGE MÉDIATIQUE AUDIOVISUEL SÉNÉGALAIS

### Faits et chiffres en 2015

## Pluralisme, faible diversité et risques sociétaux

Le paysage médiatique sénégalais est resté, en termes de chiffres, relativement stable par rapport à l'année 2014.

Il convient de rappeler qu'en près de 50 ans, ce paysage a considérablement évolué. Il s'est significativement démocratisé. Le secteur public cohabite depuis plusieurs années avec le secteur privé doté de radios et de télévisions

commerciales. Les radios communautaires et les médias en ligne occupent une place importante dans le paysage médiatique sénégalais. Etat, entrepreneurs et communautés peuvent légalement prétendre à l'accès aux moyens de communication. Il en résulte un paysage fourni et confronté aux défis de l'utilité et de la responsabilité sociétale.

### Taille et offre de pluralisme

L'audiovisuel compte aujourd'hui :

- 17 chaînes de télévision opérationnelles, plus de 200 radios, plus d'une dizaine de sites d'information à l'intention des téléspectateurs, auditeurs et du lectorats.

### Organisation

Le paysage audiovisuel se répartit en :

- un service public télé et radio qui couvre l'ensemble du territoire national ;
- une offre privée commerciale télé et radio qui couvre le territoire national ;
- une offre par des opérateurs privés étrangers sous forme de chaînes cryptées ;
- une offre en radios communautaires qui couvre le territoire national ;
- l'Internet, dont le taux de pénétration a atteint 25% chez les adolescents (10-17 ans) ;

### Offre de diversité

- Cette marée de contenus divers et de qualité inégale interpelle le CNRA. L'article 7 de la loi portant création du CNRA lui fait obligation de veiller particulièrement à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes.

### Impact sur le public

- La convergence technologique, les mutations rapides, l'environnement concurrentiel, engendrent des transgressions des dispositions légales et réglementaires, exposant le public à des dérives préjudiciables à la société, notamment pour le jeune public.
- Le passage de l'analogique vers le numérique conduit à un accroissement du volume d'informations, de connaissances, mais aussi des dérives.

## V. CONSTATS

# L'évolution de la mission du CNRA

Outre l'expansion du paysage audiovisuel sénégalais constaté en 2015, une nouvelle frontière se définit à l'heure de la transition vers le numérique depuis le 17 juin 2015. L'enjeu du pluralisme et de l'accès à l'information est majeur. Face à un tel enjeu de société, une

évolution de la régulation s'impose à l'heure des convergences technologiques, pour encadrer la production et la diffusion des contenus médiatiques par des nouveaux canaux et technologies, d'où la nécessité d'adapter et d'élargir le champ de compétences de l'autorité de régulation.

Des propositions ont été formulées et soumises au gouvernement, portant sur :

- l'implication du CNRA dans le processus d'octroi des licences d'exploitation de service audiovisuel ;
- la révision des cahiers des charges : la question de la protection du jeune public devrait être intégrée dans les cahiers des charges, notamment la question de la signalétique et l'impérieuse nécessité de mise sur pied de commissions de programmation et de visionnage dans les chaînes de télévision ;
- dans le schéma de la sanction tel qu'il existe dans les textes, l'autorité de régulation est obligée d'agir en coordination avec le ministère de la Communication pour l'effectivité de certaines sanctions. Dans les nouvelles dispositions proposées, l'autorité de régulation doit exercer la plénitude de sa mission, notamment en ce qui concerne les sanctions.

Au-delà de l'élargissement des compétences du CNRA, il faudrait une réorganisation interne structurelle et un renforcement des capacités.

L'exemple de la France est illustratif : le Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) compte 9 membres et une équipe de 300 personnes.

### Perspectives

Pour mieux conduire les missions qui lui sont confiées, le CNRA a besoin de développer des capacités et compétences nouvelles qui lui procureraient une administration adaptée aux enjeux actuels :

- un pôle juridique,
- un pôle informatique,
- un pôle d'archivage numérique,
- un pôle protection des personnes vulnérables,
- un pôle dédié à la publicité,
- un pôle administratif et financier.





## Les lignes directrices comme valeur normative

La loi ne saurait tout régir. La promotion de bonnes pratiques, l'édiction et l'adoption de lignes directrices, par les professionnels, et la vigilance quant à leur application doivent venir compléter la loi et faire prévaloir l'esprit des lois là où l'Etat ne peut accéder, cela sans réduire les libertés.

Réfléchir sur des contenus de qualité revient à penser à la construction d'une culture des bonnes pratiques édictées par la profession elle-même. A l'heure de la course effrénée à l'audimat, les opérateurs sont appelés à s'inscrire dans une dynamique qui consiste à définir, eux-mêmes, des normes professionnelles

adossées aux principes et valeurs, afin de pouvoir encadrer les pratiques journalistiques et programmatiques.

Des lignes directrices professionnelles illustrées par des bonnes pratiques connues de tous, pour des genres tels que la présentation de la revue de la presse ou du journal télévisé, la conduite d'un débat politique, la couverture des manifestations sportives et culturelles, peuvent valablement revêtir une valeur normative.

Cela aurait, par ailleurs, le mérite de contribuer à donner corps à la co-régulation.





# ACTIVITÉS PROSPECTIVES SUR LES QUESTIONS DE SOCIÉTÉ : INITIATIVES ET PERSPECTIVES



# ATELIER SUR LES SÉRIES TÉLÉVISÉES

## RAPPORT DE SYNTHÈSE

### « Le défi de la qualité face à la tentation de la quantité - Le cas particulier des sketches *ndogu* »

#### Contexte

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a organisé un atelier qui avait pour objet les séries télévisées, sur le thème : « *Le défi de la qualité face à la tentation de la quantité* », les 4 et 5 novembre 2015. Ce moment d'échanges s'inscrit dans l'exercice de ses missions ; le CNRA a, aux termes de l'article premier de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006, pour mission essentielle d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel et de veiller au respect des dispositions de la loi et de celles des cahiers des charges et conventions régissant le secteur. Cet atelier, présidé par M. Babacar TOURE, Président du CNRA, a réuni environ 70 professionnels du secteur – scénaristes, producteurs, responsables de programmes, patrons de chaînes, acteurs...

tous concernés, à des degrés divers. Les participants ont procédé à des échanges sur les bouleversements intervenus dans la programmation audiovisuelle avec la multiplication de sketches à des fins essentiellement commerciales et de divertissement, en particulier pendant le mois du Ramadan. Ce mois, constate-t-on, laisse ainsi place à une véritable entreprise de publicité invasive. Chaque scène de ces émissions de divertissement est l'occasion de promotion d'un ou de plusieurs produits. Les règles pertinentes applicables à la promotion et à la publicité des produits, à travers les médias audiovisuels, sont contournées et violées sans autre forme de procès.



De gauche à droite : M. Ibrahim MBAYE SOPE, M. Babacar TOURE, Mme Jeanne LOPIS SYLLA et M. Mohamed Fadel DIA

## Les objectifs de l'atelier

Dans sa présentation des objectifs de l'atelier, en introduction aux travaux, Mme Jeanne LOPIS SYLLA, membre du CNRA, a précisé que l'autorité de régulation, ainsi interpellée, a décidé d'ouvrir le débat avec les acteurs, les convier à réfléchir sur les productions diffusées et contribuer à jeter les bases d'un partenariat entre les structures participant aux travaux, pour une meilleure prise en charge de la formation, selon la demande et les niveaux, et de créer des cadres de collaboration.

Les objectifs de l'atelier organisé par le CNRA, dira-t-elle, étaient de :

- vulgariser auprès des professionnels du secteur, des journalistes et des consommateurs, la réglementation qui régit la diffusion des productions audiovisuelles et à laquelle sont tenues de se soumettre les entreprises audiovisuelles ;
- permettre un échange entre les professionnels et l'autorité de régulation ;
- favoriser un espace d'expérience partagée entre les professionnels et les spécialistes du domaine ;
- permettre d'envisager de prolonger cette rencontre dans un partenariat fructueux qui pourra déboucher sur la création et l'intégration de nouveaux programmes d'enseignement ou de nouveaux modules de formation à la demande, ou de nouvelles disciplines, au niveau académique ou dans des enseignements adaptés aux différentes catégories, niveaux et sous-secteurs, en fonction des entreprises intéressées ;
- aboutir à des propositions qui visent à améliorer la réglementation et à l'élargir aux nouveaux outils de diffusion.



Dr Massamba GUEYE, Professeur Conteur Dramaturge

Fidèle à la démarche qu'elle s'est choisie, dès sa prise de fonction, sous la Présidence de M. Babacar TOURE, l'actuelle équipe du CNRA, a voulu fonder cette réflexion inclusive sur un examen critique, objectif, des séries *ndogu*. Ainsi donc, ayant constaté la prolifération des sketches diffusés pendant le Ramadan, le CNRA a demandé à M. Ibrahima MBAYE, membre du Conseil, de se pencher sur le sujet et de produire un rapport d'analyse. Ce rapport a été présenté

par l'auteur, lors de la cérémonie d'ouverture de la rencontre, et suivi de la projection d'un échantillon des sketches soumis à une lecture plurielle, du point de vue de la réglementation, de l'impact sur la société, du contexte religieux, des contenus, des valeurs, de la responsabilité, de la qualité technique, de l'écriture des scénarios, des nouveaux supports de diffusion, tout cela à l'ère du numérique.



De gauche à droite : Pr Moussa DAFF, Linguiste Sémiologue, M. Babacar TOURE et Mme Oumy Régina SAMBOU, Journaliste



Les journées de sensibilisation ont été organisées sous deux formats :

## Les communications et le partage d'expériences

Outre les membres du CNRA, il y avait des éditeurs audiovisuels ou responsables de chaînes de télévisions, des scénaristes, comédiens et producteurs, des représentants du Conseil pour l'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie dans les Médias (CORED), du Conseil des Diffuseurs et Editeurs de Presse du Sénégal (CDEPS), de la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal (CJRS), du Syndicat national des Professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal (SYNPICS), de

l'Association des Professionnels de la Presse culturelle du Sénégal (APCS), de l'Union des Radios associatives et communautaires (URAC), de l'Association des Professionnels de la Presse en ligne (APPEL), du Centre d'Etudes en Sciences et Techniques de l'Information (CESTI), de l'Institut supérieur des Sciences de l'Information et de la Communication (ISSIC), des associations de consommateurs, du Parlement, du Ministère de la Communication et enfin les partenaires invités tels que IPAO, Article 19.

## LECTURE PLURIELLE DES SÉRIES

### Programme et thèmes des communications suivies de discussions

#### 1. Exposé introductif sur les sketches *ndogu*, par M. Ibrahima MBAYE

En une dizaine d'années, le mois de Ramadan est devenu une période très dynamique dans la production de séries, notamment les sketches *ndogu* : 18 séries télévisées réparties sur moins de 10 chaînes, parmi les 17 qui constituent le paysage télévisuel du Sénégal sont produites. Sur le plan des contenus, de la qualité technique, de leur diffusion et de leur impact, deux traits récurrents les caractérisent : la présence massive de communications publicitaires (exposition de

produits, références systématiques à des marques et/ou services dans les dialogues), l'absence de créativité dans la plupart des productions, la pauvreté de l'écriture, un mimétisme persistant dans les mises en scène qui conduit à l'uniformisation des productions ou qui décrivent pratiquement toutes des situations qui illustrent des disputes familiales, cris et/ou des photographies incongrues de notre société, situation qui ne sert ni la qualité, ni la diversité.

#### 2. « Le contenu des sketches à l'épreuve de la réglementation applicable aux télévisions », par M. Matar SALL, Juriste, Membre du CNRA

Le mois du Ramadan est l'occasion d'un bouleversement dans la programmation audiovisuelle, à travers la multiplication de « sketches » proposés peu avant la rupture du jeûne et même parfois un peu plus tard. C'est là, du point de vue de la nécessité de développer et de booster les productions audiovisuelles sénégalaises et africaines, une bonne chose pour les opérateurs audiovisuels, mais aussi pour les différents acteurs du théâtre, d'autant plus que la règle des 60/40 (qui signifie que les éditeurs audiovisuels doivent proposer des émissions locales et

africaines qui couvrent 60% des grilles de leurs programmes) n'est pas toujours satisfaite.

En effet, selon les termes des dispositions du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision de droit sénégalais, les productions nationales et africaines doivent impérativement occuper au moins soixante pour cent (60%) de la grille des programmes de toute chaîne de télévision, dont au moins 30% consacrés à la production originale sénégalaise.

#### *NB : Ce pourcentage exclut les rediffusions*

Seulement, malgré l'encouragement des éditeurs à mettre en valeur les productions africaines et sénégalaises, ces programmes, comme tous les autres, sont assujettis au respect scrupuleux d'un cadre de conception conforme aux exigences légales et aux stipulations des cahiers des charges. Autrement dit, tout titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision est tenu de respecter les dispositions législatives et réglementaires relatives à la production et à la diffusion d'œuvres audiovisuelles.

La confrontation des contenus de ces sketches avec la réglementation débouche sur la nécessité d'améliorer les productions, tant les violations sont nombreuses. Les principales en sont : les atteintes à la protection du jeune public, l'absence de mise en place de la commission de programmation, la violation de la réglementation relative à la publicité.



### 3. « Le contenu des sketches *ndogu* et leur impact : du cliché ou de la destruction des valeurs sociales », par Dr Massamba GUEYE, Professeur, Conteur, Dramaturge

On parle de cliché dans la création artistique lorsque le sujet est tellement utilisé, consommé et reproduit qu'il devient banal et n'est plus opérationnel. C'est le cas des sketches *ndogu* qui sont des modèles artistiques qui n'opèrent plus. Nous ne sommes plus dans l'authenticité de la production. Le problème est qu'on ne construit plus des modèles de réussite sur nos propres audaces. On s'approprie les audaces des autres. C'est de la fainéantise intellectuelle. Le rôle du théâtre serait de nous forcer à rire. On ne nous demande pas de faire rire, de faire pleurer, mais de transmettre des émotions. Notre rôle est d'amener la société à se poser elle-même les bonnes questions pour changer de

comportement. Les sketches, malheureusement, utilisent le rire facile qui ne fait pas appel à la mémoire collective, affective, cognitive. Nous sommes toujours dans la stigmatisation, le cliché de la femme au foyer, de la femme illettrée. Et la religion est réduite à sa plus simple expression. L'enjeu est la motivation pédagogique, la satisfaction artistique et le gain. La publicité et l'art ont en commun le caractère créatif. Si la publicité est au service de l'art ou l'art au service de la publicité, il faut que chacun garde son champ d'accomplissement technique et artistique. Et que l'un ne soit pas esclave de l'autre, ce qu'on appelle les phénomènes de destruction de la fiction. Il faut qu'on apprenne à utiliser la télévision.

### 4. « Les limites de la pédagogie de la satire dans un contexte religieux », par Pr Abdoul Aziz KEBE, Enseignant à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD)

Le Sénégal compte parmi les pays à majorité musulmane où l'islam est apparu très tôt. Ainsi l'islam a apporté une nouvelle culture, j'allais dire une nouvelle morale sociale qui n'exclut pas les fondamentaux de la société basée sur le *ngor*. C'est cette caractéristique qui explique que l'expression de la religiosité au Sénégal ne soit ni extravagante ni extravertie, c'est-à-dire qu'elle n'épouse pas les codes vestimentaires, langagiers et autres des groupes islamistes. Et lorsqu'on observe les Sénégalais durant la période du Ramadan, l'on a l'impression que cet agenda du calendrier musulman dépasse le seul cadre rituel. Non seulement l'on perçoit une intensification de la religiosité dans tous les secteurs de la vie marchande, médiatique, culturelle, mais c'est comme si le Ramadan était un moment de consensus autour des valeurs morales et sociétales. Alors, comment justifier les satires au niveau des médias, à l'heure du *ndogu* qui est un moment privilégié de prière exaucée, selon la tradition prophétique ?

Du point de vue strictement académique, l'on peut aussi bien user du registre comique que didactique ou tragique pour transmettre un

message, mettre en évidence un trait de caractère et inviter à un changement de comportement. Je voudrais ici préciser que l'humour n'est pas forcément interdit. Nous constatons que nos guides religieux en usent souvent pour détendre leur public et faire passer leur message.

La satire dont nous parlons est celle qui tourne en dérision des valeurs ou des personnages censés représenter des symboles qui reflètent de telles valeurs. En la portant devant l'écran dans un contexte de religiosité comme le Ramadan, avec des personnages comme les imams, les maîtres coraniques, les chefs de famille, les kilifas en un mot, il y a risque d'encourager l'irrévérence, or cela comporte un certain nombre de risques.

Cela ne signifie point que la religion dans ses modalités et à travers ses acteurs au niveau de la société soit exempte de critiques et de propositions de réforme. Oh que non ! Ce dont il s'agit, c'est de bien comprendre les contextes dans lesquels l'on se trouve et d'éviter les effets pervers d'une pédagogie inappropriée à la circonstance.

## REGARD DES SPÉCIALISTES/PROFESSIONNELS DU SECTEUR

### 5. «La scène source de l'écran : une situation polémique et ambiguë au Sénégal », par Dr Gora Seck, Enseignant-Chercheur à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis (UGB)

Au Sénégal, les rapports entre la scène et l'écran suscitent depuis quelques années des polémiques passionnées dont les termes et les enjeux varient au fur et à mesure que la qualité, pour une part des productions destinées au petit écran, laisse à désirer et que le « théâtre » vivant, confondu avec les créations de ce petit écran, cherche difficilement sa voie d'antan.

L'appellation de film ne peut être justifiée par le simple fait que ces dramatiques ou théâtre emploient des moyens télévisuels comme l'image et le son pour être diffusées sur le petit écran ou chez soi. Si nous savons que la plupart de nos créations destinées au petit écran sont incontestablement hybrides :

- quelle pourrait en être l'origine qui ne cesse d'entretenir des confusions et des débats sur les relations assez ambiguës entre la scène et l'écran ?
- où situer les créations télévisuelles sénégalaises appelées dramatique ou théâtre, dont la nomenclature ne cesse de provoquer des polémiques, malgré l'évolution qu'elles ont connue conceptuellement et techniquement depuis 1982 ?
- sous quelles formes se déclinent-elles depuis l'amorce d'une rupture en 1982 avec l'exploitation plus affirmée de la veine comique?

Dans la perspective de la consolidation de ces formes de création audiovisuelle qui sont un outil d'affirmation de l'identité sénégalaise, de participation à l'élaboration et au renforcement d'une conscience nationale (si nous nous référons surtout aux premières dramatiques télévisées), de revalorisation spécifique d'une culture et, partant, d'un pays, la nécessité d'implanter les bases solides de nouvelles créations fictionnelles s'impose. La simplification et la banalisation de l'acte de création

constituent une forme de fragilisation d'une culture et d'une nation, si nous mesurons la portée sociale et l'engouement du public.

Il est urgent de prendre rigoureusement en compte la forme sous laquelle les idées sont véhiculées, pour une révélation de la raison cachée et une prolongation du regard au-delà des apparences, dans ces créations télévisuelles. Encore faudrait-il prendre en compte le fait que l'écran n'est ni la scène ni la radio.

### 6. Regard du technicien sur les sketches, par M. Khar FALL, Formateur en audiovisuel

Depuis quelques années, avec l'avènement de nouvelles chaînes de télévision, il nous est donné de constater une similitude extraordinaire entre les programmes que ces chaînes nous proposent, ce qui pose problème et amène à poser une question : est-ce qu'il y a

dans notre pays des créateurs d'émissions de télévision ? Si oui, où sont-ils ? Dans les différentes grilles de programmes proposées nous remarquons deux types d'émissions qui sortent du lot :

- les émissions de divertissement (clips, émissions musicales et sketches)
- les plateaux de débats de toutes sortes.

Ce même mois de Ramadan, qui est un mois béni pour tout musulman, est choisi par toutes les entreprises de l'alimentaire pour vendre leurs produits en collaboration avec toutes les chaînes de télévision de la place. La fabrication de ces sketches est confiée à la chaîne diffuseur ou à des privés qui, après fabrication, laisseront le soin au commanditaire de faire le reste. Le téléspectateur avisé est souvent désabusé par la qualité technique du travail qui lui est servi. Techniquement, on se rend compte qu'il y a absence de découpage technique. Le découpage technique est la substance même de l'histoire qu'on veut raconter. C'est cela qui donne au film un rythme et un sens. La fabrication de sketch ou de téléfilm doit être confiée à des professionnels, en l'occurrence un réalisateur qui se chargera, comme on l'a appris à l'école de cinéma, de l'organisation qui accompagne tous les aspects

du processus de tournage : le traitement du scénario, le dépouillement, le découpage technique, préparer les feuilles de service, le plan de tournage, etc. Tout cela se fait en collaboration avec les autres membres de l'équipe de tournage : le directeur de la photo, l'ingénieur du son, le chef décorateur et la scripte qui est un élément essentiel sur un plateau.

Il n'y a pas de place pour l'amateurisme. Il est clair qu'il y a un énorme travail à faire à tous les niveaux et, pour y parvenir, il nous faut reconnaître d'abord nos limites, nous investir pour ne plus trop dépendre des autorités comme nous aimons le faire, combler le retard sur la disponibilité du matériel technique et nous organiser pour mettre beaucoup de jeunes dans les cycles de formation. Enfin, installer la confiance et le respect entre nous.

## **7. «Le type de contenu des séries télévisées dans le paysage médiatique sénégalais : un révélateur des contraintes économiques et financières actuelles des entreprises de presse», par Pr Mor FAYE, Sociologue des Médias à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis (UGB)**

De notre enquête effectuée dans les milieux médiatiques sénégalais, ressortent deux principaux facteurs qui expliquent les problèmes économiques et financiers actuels de la presse privée. Le premier est lié à un écosystème médiatique très contraignant. Le second est relatif à un mode de management qui ne rend pas performantes les entreprises de presse. Ce sont ces deux facteurs combinés qui hypothèquent la survie du secteur médiatique.

En matière de publicité, le marché publicitaire sénégalais est passé d'une « situation de pénurie », qui correspond au contexte des années 1980-1990, à une « situation d'abondance » qui est amorcée depuis la décennie 2000. C'est ce contexte économique difficile pour les entreprises de presse qui pousse les chaînes de télévision à inventer des séries télévisées de tous genres pour capter des

recettes publicitaires, se rapprochant ainsi de plus en plus des télé-poubelles. Le Professeur Abdoul Aziz KÉBÉ, le Dr Massamba GUEYE et de nombreux intervenants ont mis en exergue les risques sociaux, moraux et religieux liés au contenu actuel des chaînes de télévision en général et aux sketches *ndogu* en particulier. L'autre risque, c'est l'uniformisation des contenus. Il en résulte que le mimétisme est de mise d'un média à l'autre, car on ne cherche pas à se différencier, mais on cherche plutôt à faire comme l'autre. Le secteur des médias au Sénégal a besoin d'être assaini, il a besoin de donner des gages d'entreprises de presse performantes et de programmes de qualité différents, au lieu des sketches *ndogu* avec leurs nombreuses dérivées. Le nouveau code de la presse pourrait être une solution, en raison des nombreuses innovations qu'il comporte.



## 8. « De la télévision sociale à la néotélévision : la question de la qualité des productions et de l'hégémonie de la publicité », par M. Mamadou Sellou DIALLO, Enseignant-Chercheur à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis (UGB)

Dans le contexte des nouvelles technologies et de la nouvelle télévision numérique, une grande question peut occuper les esprits : comment préserver nos imaginaires et nos intelligences ? Notamment face à ce qui semble être un aplatissement dans un code télévisuel qui ne nous laisse que très peu de chances de réélaborer

un langage qui s'adresse de nouveau à la société et de manière moins spectaculaire, moins ostentatoire et loin des stéréotypes qui nous rendent addictifs aux formes presque élémentaires d'émission et de programme qu'impose une sorte de représentation dominante ? Autour de cette question centrale d'autres se posent aussi.

- Quel danger percevons-nous dans ce qui s'annonce comme un accroissement technologique irréversible ? Probablement l'accroissement d'être ou de ne pas être ; d'être broyés par des codes de conduite télévisuels sur lesquels finalement nous n'avons aucune prise.
- Quelles occasions de communication aujourd'hui nous permettraient à nouveau la télévision et qui nous donneraient à participer à des occasions sociales nouvelles (occasion sociale chez Goffman que nous élargissons au contact de la télé dans nos maisons et qui pose un problème d'espaces, de lieux et de relations).

Les questions que nous soulevons sont des questions qui s'inscrivent dans le cadre d'un projet de recherche en cours, pour mieux comprendre les modes de consommation, et comment aussi les diverses configurations que prend la télévision conditionnent même les manières de propositions artistiques théâtrales et audiovisuelles de création en général, comment les codes audiovisuels en cours semblent imposer des esthétiques, et jusque dans les manières de jouer des acteurs ou simplement dans leur manière de se comporter. Et aujourd'hui, la mobilisation du théâtre dans la « guerre des images » télévisuelles, dans la

« guerre commerciale », a eu des effets désastreux sur le plan de l'identité artistique de la représentation et du comédien. Et aussi et surtout sur la signification même du mot « théâtre », tant la référence semble être, de plus en plus, ce monde de faux-semblant, de comédie burlesque, du « rire forcé ».

Le « théâtre » est devenu, devient alors presque exclusivement un divertissement, une fin en soi ; il ne donne plus à voir, il distrait, il rend inattentif, il conduit au « digestif », il renvoie à la seule consommation.

## 9. « La problématique de l'écriture scénaristique », par Mme Sokhna BENGA, Ecrivain-Scénariste, Membre du CNRA

A la lecture transversale des séries qui parsèment notre paysage audiovisuel, on est amené à faire un constat : le théâtre filmé, pour être défini ainsi, devrait être une reproduction fidèle de la scène théâtrale et du jeu de l'art dramatique tous transposés à la télévision ou au cinéma. Cela est-il fidèle à ce que nous voyons ? En réalité, le théâtre filmé existe-t-il vraiment ?

Une différence fondamentale existe entre le théâtre et le film. Dans le théâtre, sont essentiels le jeu de l'acteur avec la primauté du dialogue (dialogues ou monologues) et des gestes (jeux d'acteurs et de scène), l'espace (la scène), le temps (découpages en actes). Tout le contraire du film qui donne l'illusion de la présence et la primauté des descriptions (espace et temps) et de l'action et qui ne doit nullement brouiller les éléments constitutifs du théâtre par son propre

rythme. En second lieu, l'existence du scénario, encore moins sa rédaction ou sa présentation, apparaît comme un souci très secondaire pour les auteurs, réalisateurs et les producteurs des produits audiovisuels.

L'attention de l'auteur, surtout inexpérimenté, est focalisée sur sa passion créative, sur le récit-fruits de sa création, sur le film futur et non sur sa transcription du film, sur la narration exacte de ce que l'on voit et l'on entend, sur la présentation et la rédaction d'une histoire sous forme de continuité dialoguée, à savoir le scénario.

L'écriture scénaristique se rapproche de l'écriture du théâtre à qui elle emprunte un certain nombre d'outils. Il n'existe pas de règles strictes en matière d'écriture de scénario, mais un ensemble de bonnes pratiques adopté par tous.

- 1) L'intérêt pour la qualité et non la quantité doit être un verbatim pour tous. Cette qualité passe forcément par le respect des canons de l'esthétique en vigueur dans un genre donné.
- 2) Un scénario n'est pas un roman. Il est essentiellement audio et visuel. Des images, rien que des images. Du son, de la musique, de la lumière. De l'action, plus que de la description, moins de dialogues.
- 3) Un scénario doit avoir une présentation physique : intitulé de scène (séquence). Corps des descriptions (actions, décors, personnages, images, etc.). Corps des dialogues (didascalies). Aération : une ligne = une seconde, une page = une minute. Découpage en scènes : par unité de lieu et de temps (sauf cas d'entretien téléphonique, deux lieux séparés). La typographie. La progression dramatique.
- 4) Le métier de scénariste est une profession à prendre au sérieux. L'erreur est de croire qu'un élément de la chaîne peut jouer tous les autres rôles en même temps. Le regard triangulaire du producteur, du scénariste et du réalisateur fait la force d'un film. Cela permettra aux productions sénégalaises de dépasser le stade local et de gagner l'universalité et la pérennité. La facilité n'a jamais été un outil sûr. Et le Sénégal y a gaiement succombé. Il y a un gap important à résorber en la matière. Il faut le reconnaître pour aller de l'avant et rectifier le tir.

## 10. « Regard de l'acteur sur les sketches », par M. Pape FAYE, Artiste Comédien

Aujourd'hui, comme hier, la morale universelle nous reconnaît ce droit de nous exprimer, libres devant l'histoire, parce que l'histoire elle-même accepte de se plier aux exigences de notre métier. Cette morale ne nous donne pas le droit de la heurter en usant de clichés anti modèles, donc non conformes aux règles de la dignité humaine. Fouiller et exhiber le linge intime des parents est, pour moi, un acte de profanation de l'intimité parentale. Les images extraites

de certaines séquences et qu'on vient de nous présenter sont graves et choquantes. Vous conviendrez, avec moi, qu'au regard de la prolifération des séries télévisuelles, notre métier n'est pas en situation de léthargie ou de décadence. Il est saccagé par des chasseurs de primes, producteurs véreux et par des pseudo-comédiens de circonstance qui se monnaient pour peu. Et cela ne peut, hélas, qu'impacter négativement sur la production audiovisuelle.

## 11. « Analyse sémiologique des messages télévisuels », par Pr Moussa DAFF, Linguiste Sémiologue à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD)

Le texte télévisuel est forcément, voire volontairement, polysémique. Les intentions des signes complexes télévisuels ne sont perceptibles que dans leurs résultats pragmatiques, c'est-à-dire dans l'agir collectif incité. Le pouvoir faire agir massivement en installant dans l'inconscient populaire des réactions bien ciblées est une des forces de ce média fortement socialisé parce que familier.

La télévision est un puissant média de communication sociale. Elle est aujourd'hui présente dans tous les foyers du Sénégal. En plus, elle fonctionne, dans la représentation collective la mieux partagée en milieu populaire, comme une instance de vérité. C'est cette représentation bien analysée par les officines de publicité qui explique le recours à ce moyen pour faire passer et installer des comportements ou des habitudes de consommation abusive, chez une bonne frange de la population. A cela s'ajoutent les prédispositions naturelles de consommation après une dure journée d'abstinence pendant le mois de Ramadan. Le religieux combiné au conditionnement alimentaire favorise une attitude exagérée à la consommation de produits

plus publicitaires qu'efficaces pour la santé et le bien-être des populations.

Les sketches du Ramadan sont parfois, par le biais du comique, d'une exagération qui frise l'irrespect pour la religion musulmane. En effet, il n'est pas admissible culturellement et religieusement au Sénégal de piétiner un repas au moment de la rupture du jeûne, surtout dans une famille présentée comme indigente. Le comique exagéré génère dans la conscience collective jeune la possibilité de tricher avec tout, à condition que ce soit sous le sceau de la soutoura, c'est-à-dire ni vu et ni connu par un quidam capable de procéder par la rumeur organisée à la dénonciation populaire. La télévision est un outil qui charrie des représentations collectives fondatrices de la culture d'une société et c'est à ce titre qu'elle doit être contrôlée et régulée.

Les sketches du *ndogu* sont des publicités de produits alimentaires plus qu'une invitation à plus de religiosité et d'observation des recommandations de la religion musulmane.



## Idées force des discussions

- Toute la chaîne de production des sketches pose problème
- Le problème fondamental des sketches est la professionnalisation
- L'absence d'une politique de formation pour garantir la qualité
- L'absence de direction artistique ou de comité de lecture au sein des télévisions
- L'absence de services d'acquisition et de visionnage au sein des télévisions
- Faut-il encourager l'irrévérence dans notre société ?
- La rivalité mimétique domine dans l'espace médiatique
- La télévision devrait être dans la structuration des consciences
- L'existence du scénario apparaît comme un souci très secondaire
- Le manque de rigueur dans la construction des idées qui sous-tendent les scénarios
- La culture est un enjeu dans les champs de la mondialisation



## Recommandations

1. Redéfinir les genres en fonction des canaux de diffusion, des audiences, des codes culturels
2. Redéfinir la distribution des rôles entre la télévision, les producteurs et les réalisateurs
3. Mettre en place effectivement des comités de visionnage au sein des télévisions
4. Organiser et offrir la formation adaptée, la professionnalisation et l'encadrement des différents acteurs du secteur
5. Prendre en compte la communication non verbale et la sémiologie au-delà des images montrées
6. Favoriser le dialogue des cultures au-delà du français et du wolof à travers les sketches
7. Mener la réflexion pour une réorganisation et un mode de gouvernance du secteur
8. Inviter l'Etat à formuler une politique de formation artistique
9. Concevoir et initier une politique et des stratégies porteuses pour changer et améliorer les programmes après un constat et un diagnostic précis (propositions de lois, formation, etc.)
10. Mettre sur pied une commission nationale de visionnage des productions artistiques
11. Réglementer la publicité
12. Appeler au financement des productions par l'Etat
13. Eduquer à la nécessité de s'adapter aux nouveaux moyens de diffusion (Internet, téléchargement)
14. Promouvoir la culture sénégalaise dans l'offre télévisuelle

Dans son allocution de clôture, le Président du Conseil a estimé qu'il y a une demande de débat, de partage d'idées, que : « Ce n'est pas une question de contenant mais de contenus sur le schéma de consommation », tout en rappelant que « le CNRA est une source d'impulsion pour essayer de voir par quel filtre promouvoir les imaginaires, booster la création et la créativité ».

« Des bonnes pratiques existent. Le théâtre peut être formidable. La dérision et l'autodérision ne sont pas le débat. Dans une société laïque, le théâtre permet de dire autrement, avec d'autres mots, ce qui aurait pu choquer ou heurter. On peut se divertir en apprenant. C'est une question d'imagination et de créativité ».



## EXTRAITS DU DISCOURS D'OUVERTURE DU PRÉSIDENT DU CNRA

### COMPRENDRE POUR MIEUX AGIR

Notre rôle, au CNRA, est le monitoring et la régulation. L'essence de la régulation, qui guide le travail du Conseil, est de maintenir une température constante et un équilibre dans le corps vivant, divers et complexe qu'est notre société. Des éruptions de fièvre, des réactions épidermiques, voire émotionnelles, peuvent se produire, jusqu'à heurter nos sensibilités, perturber notre sens commun, ou même défier

notre libre arbitre. Cela arrive lorsque des idées, des sons et des images sont diffusés, avec des tonalités variables, dans la substance comme dans la forme charriée par les médias qui irriguent et énervent notre vie quotidienne. En toute liberté. En effet, la liberté d'expression est la matrice du procès de production et de diffusion audiovisuelle.

#### JUSTEMENT, CETTE LIBERTE, QU'EN AVONS-NOUS FAIT ? QU'AVONS-NOUS FAIT DE CETTE VALEUR CHÈREMENT CONQUISE ?

Quel usage est fait par les télévisions et les radios des concessions en faveur d'une liberté d'expression effective au bénéfice de la société ? Quel est l'esprit du pacte social ? Quelles sont les contreparties attendues des entreprises médiatiques ?

La liberté de la presse est une modalité de la liberté d'expression qui fait l'objet de concession de ressources publiques. Le Conseil national de Régulation fait un monitoring de l'usage fait de cette concession au titre de la liberté d'expression et au bénéfice de la société.

La liberté d'expression jouit d'une garantie constitutionnelle et il existe une déclinaison des instruments juridiques qui met en œuvre cette liberté. L'Etat du Sénégal entretient une relation et une pratique honorables à ce droit. Dans les faits, il existe une floraison et une diversité de supports qui permettent l'exercice de la liberté d'expression.

Pour nous au CNRA, la norme, c'est la liberté, mais il est arrivé que des émissions aient fait l'objet de suspension par le CNRA, car le principe de la liberté d'expression a des limites. Ces limites sont celles qui découlent des libertés

individuelles et collectives des citoyens et de leur nécessaire protection contre tout abus, préjudice, stéréotype, stigmatisation, viol de conscience, agression ou représentation dévalorisante ou dégradante.

La liberté d'expression n'est pas plus importante que les exclusions, c'est-à-dire les autres libertés et protections, prévues par la loi. On ne peut vulgariser des propos qui remettent en cause la cohésion nationale, l'intégrité du territoire, les questions relatives aux bonnes mœurs, au respect des institutions, à la protection de la vie privée et de la dignité humaine.

#### Alors, jusqu'où va la liberté d'expression ?

Le principe philosophique et de droit est de permettre à tous de participer à la démocratie, en vertu de la liberté d'expression.

Toutefois, la recherche de l'audimat ne peut être prise comme prétexte à la diffusion inconsidérée ou irresponsable de contenus inappropriés, sous le couvert de la liberté d'expression. Le pluralisme et la diversité ne sont pas opposables à la liberté d'expression. Tout comme la comédie est à l'opposé de la pitrerie.

Alors la question à laquelle nous sommes tous invités à répondre est : de quel audiovisuel voulons-nous ?

Il nous faut faire de la prospective sur la protection des enfants, la protection des valeurs, les excès de la médecine traditionnelle, les questions de santé publique...

Charge à nous régulateur, au législateur de faire bon usage de vos réflexions et ultimement, le traduire dans les cahiers des charges des radios et télévisions qui doivent être le fondement de la liberté d'expression et les enjeux de société. Il y a une demande pour une meilleure télévision. C'est une question de santé publique et de responsabilité sociétale des médias. L'enjeu de l'atelier est le vaste chantier ouvert devant les médias et le régulateur concernant les transformations de l'industrie médiatique, leur impact sur la société et leur responsabilité. Les mutations sociétales, les convergences

technologiques, les valeurs anciennes et nouvelles transportées par les écrans imposent la réflexion et l'initiative afin de revisiter la gouvernance du secteur de l'audiovisuel.

Le thème choisi et proposé comme priorité de réflexion porte sur deux responsabilités qui méritent attention par le régulateur, par la société et par les institutions gardiennes de la démocratie : le professionnalisme et le respect des sacrés. Le professionnalisme étant, dans les sociétés modernes, le socle du contrat qui lie les opérateurs aux usagers. Le respect des sacrés étant l'obligation morale faite aux télévisions de contribuer de façon éclairée, active et sincère à la construction et à la préservation des valeurs – religieuses ou profanes, anciennes ou nouvelles - qui modèlent et cimentent la société. Les valeurs d'une société et l'échelle de forces à laquelle elles obéissent fluctuent dans le temps et il est important de les revisiter à des moments critiques d'évolution.

### **QUELS SONT NOS SACRÉS AUJOURD'HUI, AU SÉNÉGAL ? SONT-ILS REFLÉTÉS DANS LES CONTENUS PROPOSÉS PAR LES TÉLÉVISIONS, NOTAMMENT LES SÉRIES ?**

Les sociétés modernes, sécularisées ont, de plus en plus, une vision du sacré dans un sens non-religieux, pour qualifier des valeurs jugées essentielles. La notion de sacré s'exprime à travers des formes institutionnelles qui ont pour fonction de renforcer les structures sociales. Aujourd'hui, l'État, la technologie, la

liberté d'expression sont sacrés de façon étroitement corrélée au point que toute sacralisation non conscientisée est potentiellement source d'aliénation. "Ce n'est pas la technique qui nous asservit mais le sacré transféré à la technique". Le divertissement n'exclut pas le sérieux ni la bienséance.

### **QUELLE EST NOTRE EXIGENCE DE PROFESSIONNALISME ?**

Nous ne saurons être le gendarme de qui que ce soit, au surplus serons-nous les yeux et les oreilles de la société. Le choix du CNRA est celui de la pédagogie, de la co-régulation que l'on retrouve dans l'air du temps. C'est pourquoi nous envisageons la problématique en termes d'éducation par les médias, mais également d'éducation aux médias.

J'invite tout particulièrement les journalistes et les médias à remplir leur rôle de médiateurs sociaux en permettant que la réflexion qui sera produite ici arrive aux citoyens et usagers pour alimenter le débat. Et enfin, à la réflexion, au débat de se poursuivre de manière éclairée et constructive dans la société.



# PROTECTION DU JEUNE PUBLIC

## EPANOUIR LES IMAGINAIRES ET PROTEGER LA JEUNESSE

### BÂTIR UNE VOLONTÉ COMMUNE

La programmation audiovisuelle s'adresse à toutes les tranches d'âge, toutes les catégories sociales. La recherche de l'audimat pousse certains éditeurs de programmes audiovisuels à privilégier dans leurs grilles des contenus qui

ne conviennent pas toujours à tous les publics. D'où l'importance de bâtir une volonté commune sur la protection de l'enfant à même d'assurer un équilibre de l'offre programmatique attachée aux principes et valeurs de la société.

#### LE PROJET

La finalité du projet est de :

- susciter l'amélioration de la qualité de l'offre que les jeunes reçoivent sur les divers écrans (TV, ordinateurs, smartphones) ;
- élaborer et mettre en œuvre des mécanismes de protection du jeune public

La démarche a consisté en :

- une approche scientifique : un sondage sur les usages et attitudes des mineurs en matière de médias, des journées d'étude scientifique ;
- une méthode inclusive et participative : la formation d'un panel d'orientation ; la mobilisation d'une coalition de compétences ;
- la définition d'un projet expérimental : la concertation et l'implication des opérateurs télé et fournisseurs d'accès Internet, la création de mécanismes de protection

#### LES PARTIES PRENANTES

Le panel d'orientation est composé de différents acteurs et compétences :

- Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) ;
- Le Ministère de l'Education nationale ;
- Une psychologue clinicienne spécialiste de l'enfance ;
- Un magistrat spécialiste de la cybercriminalité ;
- Une responsable de la télévision pour enfants ;
- Une responsable d'association de parents d'élèves ;
- Des représentants d'organismes nationaux et internationaux spécialisés dans la protection des droits de l'enfant.

#### LA COALITION

Le panel d'orientation a élargi la mobilisation à divers acteurs et compétences : sociologues de la famille, la Coalition des Organisations en Synergie pour la Défense de l'Education publique (COSY-DEP), la Cellule d'Appui à la Protection de l'Enfance (CAPE), la direction de l'Education surveillée et de la Protection du ministère de la Justice, la Direction de la Protection de l'Enfance

et des Groupes vulnérables et le Bureau sénégalais des Droits d'auteurs (BSDA).

L'enjeu de cet élargissement est de mobiliser face à un problème de société, afin de plaider pour l'inclusion de cette problématique dans la Stratégie nationale de Protection de l'Enfance (SNPE).

## INTERNET

# VERS UN PROGRAMME NATIONAL DE PROTECTION DES ENFANTS EN LIGNE

Le Ministère des Postes et des Télécommunications a organisé un atelier national d'information et de partage sur la protection des enfants sur l'Internet, le 9 février 2015, en prélude à la célébration de la « *Journée Internet sûr* » par la Communauté internationale.

Dans une approche inclusive, tous les acteurs et partenaires concernés par la question étaient invités à réfléchir sur la problématique et dégager les perspectives juridiques, techniques et organisationnelles afin de garantir aux enfants un environnement en ligne sûr et sécurisé. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a pris part aux travaux en partageant et présentant notamment les enseignements de l'enquête sur les usages et attitudes des mineurs en matière de médias.

L'atelier a passé en revue les mutations de l'Internet, puis dressé la cartographie de la structure actuelle du web. Avec l'avènement du web 2.0 en 2008, l'outil est devenu de plus en plus interactif et ses utilisateurs sont de plus en plus nombreux dans le monde.

Divers panels se sont penchés sur la place et le rôle de l'éducation, la revue du cadre juridique et institutionnel, la problématique des contenus en ligne, les solutions et techniques de protection des enfants en ligne.

- La place et le rôle de l'éducation en tant que réponse pour les enfants confrontés à de nombreux risques et défis, dont notamment : les contacts dangereux, le cyber harcèlement, la cyber pornographie, la déviation et le détournement, la cyber intimidation, le piratage de compte, mais aussi la prise en compte de « l'analphabétisme numérique » des parents qui constitue un handicap pour la surveillance des enfants. Par rapport à la

responsabilité des parents et des enseignants, la nécessité d'être plus regardants quant à l'utilisation d'Internet par les enfants a été soulignée. En effet, l'Internet n'est pas seulement orienté vers l'accès à l'information et au jeu électronique pour l'éveil et la formation, mais comporte également des risques et dérives avérés.

Il existe des avantages éducatifs et pédagogiques autant que des défis générés par l'Internet liés à l'accès aux ressources informationnelles et éducatives, mais également à leur organisation, leur exploitation et diffusion. Il en découle aussi différentes conséquences, entre autres : l'enseignant jusqu'ici unique détenteur du savoir devient de plus en plus concurrencé par l'ordinateur ou le téléphone portable ; le passage de l'écrit sur un cahier vers des tablettes et autres supports électroniques connectés automatiquement à un espace mondialisé génère de nouvelles opportunités et des applications aux fonctions et objectif diversifiés ; le développement de la citoyenneté numérique non critique et qui ont pour nom : une distanciation négative vis-à-vis de l'environnement humain ; la répétition et le mimétisme qui deviennent les instruments d'action à la place d'un esprit critique.

- La revue du cadre juridique et institutionnel dans le contexte de convergence numérique des médias qui rend difficile la réglementation, malgré l'existence de textes de loi et de réglementation aux niveaux national, régional et international, avec sanctions à la clé. L'atelier a abordé l'opportunité d'inscrire le travail dans le cadre de la Stratégie nationale de protection de l'enfance (SNPE) adoptée par le Sénégal. La protection du jeune public sur Internet et demain sur la télévision connectée pose des problèmes de société dont nul ne connaît l'ampleur et l'impact sur

le comportement de cette génération exposée à des contenus inadaptés et inappropriés à des âges précoces. Pour pallier ces dérives, l'atelier a invité les gouvernements et les compagnies privées à procéder à la mise en place de mécanismes de filtre pour faire face aux abus et garantir un Internet responsable et sûr, tout en préservant la liberté d'expression.

- La problématique des contenus en ligne

L'Association des Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL) a présenté les résultats d'un sondage administré à ses membres sur autosaisine ou suite à une plainte, l'objet de la plainte et son auteur le cas échéant ; sur l'existence de dispositions de protection des enfants en ligne au niveau de l'APPEL ou sa prise en compte dans le projet de régulation de la presse en ligne en cours d'élaboration.

Les résultats de cette enquête ont révélé qu'il n'existe, à ce jour, aucune plainte formelle adressée à un membre de l'APPEL en matière de protection des enfants. Même si l'APPEL ne dispose pour l'instant d'aucune politique de protection des enfants dans la presse en ligne, la question est globalement prise en charge par des instruments juridiques tels que le projet de Code de la Presse et le Code de déontologie des journalistes.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a partagé les résultats d'un sondage ciblant les enfants de 10 à 17 ans, dans le cadre de l'initiative pour la protection du jeune public face à l'offre télévisuelle.

Il en ressort quelques constats forts :

- télévision, ordinateur ou smartphone, nos enfants sont surexposés ;
- les vulnérabilités engendrées sont diverses ;
- les mécanismes de protection sont insuffisants.

Les enfants ne font pas la différence entre fiction et réalité du contenu audiovisuel, le journal télévisé est porteur d'images ou de scènes choquantes, la violence à la télévision a des effets néfastes sur l'enfant.

- Entre fiction et réalité la frontière est souvent ténue

C'est ainsi que près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images/scènes réelles et images/scènes fictives vues à la télévision. Ce résultat est plus accentué auprès des 10-13 ans. Cependant, certains parents sont d'avis contraire : ils se basent sur le fait que les enfants demandent parfois si les images vues sont réelles ou qu'ils prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films.

- Le Journal télévisé porteur d'images ou de scènes choquantes

La majorité des enfants interrogés déclare ressentir de la peur en voyant des scènes d'accidents, de guerres ou autres manifestations violentes. Ont été cités en exemples les guerres dans les pays même lointains, les exécutions, les accidents violents, les tragédies nationales ayant causé la mort d'un grand nombre de personnes, etc.

Les 15-17 ans déclarent ressentir de l'émotion à la vue de scènes relatives au décès des personnalités célèbres (chanteurs, politiciens, sportifs).

- Les sondés estiment que la violence à la télévision a des effets néfastes sur l'enfant

Selon les enfants, les émotions les plus récurrentes sont la peur (84%), les troubles (50%) et les insomnies ou cauchemars (37%).

Certains enfants font allusion à un manque de concentration (20%), une baisse de leurs performances scolaires (13%).

On note également, de façon marginale, de l'agressivité ou de la crainte de l'entourage chez certains jeunes. Lors des focus groups l'accent a été mis sur les cauchemars et l'anxiété.

Les éducateurs ont un avis proche de celui des parents : ils estiment que la violence à la télévision pourrait avoir des effets négatifs sur les enfants et les inciter à des écarts de conduite tels que le banditisme, le vandalisme.

Si les jeunes sont prompts à reconnaître que certains programmes télévisés sont de qualité, ils ne manquent pas de souligner le caractère violent d'autres émissions. Globalement, ils sont demandeurs de protection. Il en est de même pour leurs parents et éducateurs.

La Commission de Protection des Données personnelles (CDP) a dressé le contexte de protection des données personnelles, encadré par des lois, une institution - la CDP - et l'appui aux usagers, grâce à un site d'information sur « conseils et arnaques » pour sensibiliser les mineurs aux méfaits de l'internet.

Ainsi, toute collecte d'informations auprès du mineur concernant l'entourage vital, le mode de vie des parents, leur statut socioprofessionnel, doit être considérée comme excessive et déloyale. Lorsqu'il s'agit d'un achat ou d'un forum dédié aux mineurs, il devrait être affiché clairement par le responsable du site à l'endroit des enfants, dès leur entrée sur le site, de ne pas donner les adresses de leurs parents et leur identité.

S'agissant des contrats que le site peut proposer au mineur d'entretenir avec lui, par le biais d'une lettre d'information, seule l'adresse électronique et l'âge du mineur peuvent être collectés, à l'exclusion de toute autre information qui serait considérée comme non conforme à la finalité annoncée.

- Les solutions et techniques de protection des enfants en ligne

L'Agence de l'Informatique de l'Etat (ADIE) et les fournisseurs de services et accès ont passé en revue les solutions techniques de sécurité qui existent et doivent être vulgarisées, montrées aux parents et éducateurs en milieux scolaires. Ainsi faudrait-il vulgariser, entre autres, les démonstrations de solutions de sécurité comme le « contrôle parental » qui permet aux parents de protéger leurs enfants sur Internet en recourant aux fonctions de contrôle parental ; de filtre de contenus inappropriés; de limitation de l'usage de l'ordinateur.

A l'issue des débats, les acteurs ont convenu de la nécessité d'aller très vite vers un plan d'action national de protection des enfants en ligne, vue l'ampleur des dégâts et la vitesse d'évolution et de propagation de l'internet.



Le Président de la République, le Président du CNRA et le Premier ministre lors du passage officiel au numérique le 17 juin 2015

# DIVERSITÉ ET PLURALISME MÉDIATIQUE, PORTEURS D'UN ÉQUILIBRE SOCIAL

Par Mame Ndiack WANE

Conseiller du Président du CNRA

Responsable du Département de Suivi des Programmes

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel s'est fixé comme objectif d'avoir une vision réaliste sur tout ce qui se dit ou se voit sur les chaînes audiovisuelles sénégalaises, qui restent des vecteurs essentiels dans l'expression des idées, la circulation de l'information et de la connaissance. Dans cette perspective, le monitoring joue un rôle déterminant dans le décryptage des représentations inhérentes à la diversité de l'offre programmatique.

Grâce à des outils conceptuels et méthodologiques qui aident à l'exercice d'un suivi scientifique et rigoureusement objectif des programmes, nous arrivons à pallier le manque de données statistiques et empiriques sur des interrogations structurantes et capacitanes concernant le pluralisme et la diversité dans les médias audiovisuels. La matière recueillie renseigne et alimente les réflexions du Conseil dans un environnement audiovisuel riche d'informations, de signes et d'images facteurs de socialisation et de cohésion collective.

Le monitoring, à travers ses instruments de mesure et de recherche, permet ainsi d'interroger la réalité médiatique et de réfléchir aux représentations quotidiennement diffusées, projetées par les médias, à leurs effets, à leurs influences sur la perception des populations tant dans leurs compositions, leurs origines que dans leurs attentes.

Le contrôle de la programmation audiovisuelle par quelques acteurs doit nous inspirer les bonnes interrogations, prospectives concernant l'écosystème audiovisuel face aux risques et aux conséquences d'une acculturation de masse, d'une universalisation propice à l'ancrage désordonné et incontrôlé de « savoir-être » venus d'ailleurs au détriment de nos valeurs et de notre héritage socio-culturel.

La lutte contre l'uniformité et/ou l'ignorance dans l'expression des opinions individuelles ou collectives, l'émergence de formes socio-culturelles originales passent inéluctablement par la préservation, la promotion d'un pluralisme de l'information dans les médias et d'une diversité culturelle dans toutes les formes de manifestations d'arts audiovisuels.

L'enjeu majeur du monitoring est d'apporter des éclairages scientifiques pour comprendre les mutations, fixer les opportunités à partager et anticiper les risques actuels, intrinsèques d'une offre plurielle et diversifiée.

Celle-ci, même si elle est avérée dans un système social qui revendique énergiquement son caractère démocratique, ne garantit en rien, ni ne favorise de manière automatique, une cohabitation d'opinions, de perceptions et d'usages au service d'un sens collectif objectif.



# PRIORITES DU CNRA

## QUATRE GROUPES DE TRAVAIL

### LE CNRA POSE LES JALONS D'UNE DÉMARCHE SCIENTIFIQUE

En 2015, le paysage audiovisuel sénégalais compte 17 télévisions et plus de 200 radios en opération. Une nouvelle frontière se définit à l'heure de la transition vers le numérique,

depuis le 17 juin de cette même année. Conscient des enjeux, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a mis sur pied quatre (4) groupes de travail :

- 1 - un groupe de travail sur la protection du jeune public ;
- 2 - un groupe de travail sur le monitoring et le pluralisme ;
- 3 - un groupe de travail sur les séries télévisées, notamment les sketches « *ndogu* » ;
- 4 - un groupe de travail sur la publicité.

Le Conseil est appelé à légiférer pour encadrer la production et la diffusion des contenus médiatiques, face à l'enjeu du pluralisme et de l'accès à l'information, d'où la question centrale de l'espace audiovisuel sénégalais : Quelle est la valeur informative de l'offre actuelle ? La télévision contribue-t-elle réellement à former les esprits et la conscience des jeunes ? Que

valent les programmes de divertissement ? Pour répondre à ces questions par des éléments scientifiques se référant au Cahier des charges, le CNRA s'appuie sur le système de monitoring dont il s'est doté et qui favorise l'exploitation, en temps réel et en mode différé, de l'ensemble des contenus audiovisuels.

Cet outil doit permettre le décryptage des émissions (ou de leur déficit) en direction :

- des minorités ethniques et religieuses ;
- des couches sociales les plus vulnérables ;
- des sans-emplois et autres citoyens fragilisés par un statut précaire ;
- des différents acteurs du paysage audiovisuel ;
- de la chaîne de valeur.

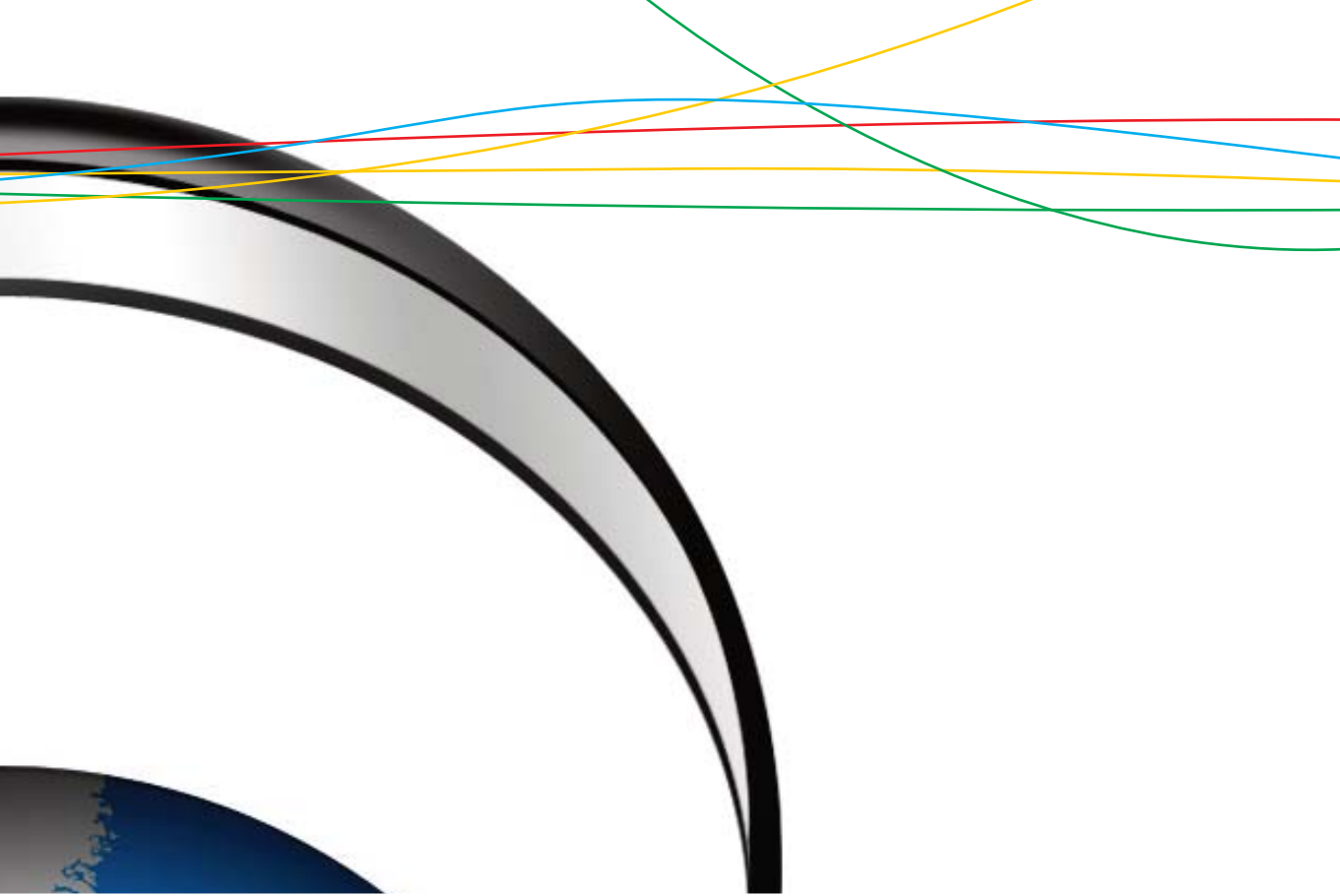
Cet outil d'aide à la prise de décision moderne et professionnelle des productions et diffusions des radios et télévisions de notre espace, constitue comme base de travail des groupes.

Les groupes composés de spécialistes sur les questions de protection des enfants, de spécialistes des médias, des médecins, des spécialistes du Droit des Médias, des artistes-comédiens, des spécialistes de la publicité, sont chargés de réfléchir sur l'offre programmatique des médias audiovisuels sénégalais, portant atteinte aux intérêts et aux droits du public.

Cette nouvelle démarche du Régulateur qui s'impose à l'heure des convergences technologiques, vise la promotion de la diversité et du contrôle des contenus en considération des dispositions légales et réglementaires.

Depuis 3 ans, le CNRA s'inscrit dans cette dynamique de concertation et de pédagogie, pour améliorer le respect des règles établies concernant le secteur de l'Audiovisuel, notamment le pluralisme, la diversité et la protection de l'enfance, afin de maintenir l'équilibre de la société.





## RECHERCHE & DEVELOPPEMENT



# LA REPRÉSENTATION DE LA DIVERSITÉ DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS SÉNÉGALAIS : UN CHANTIER ENCORE VIERGE

Par Mohamed Fadel DIA,  
Membre du CNRA

L'une des missions confiées au CNRA consiste à « veiller à la préservation des identités culturelles » de notre pays (article 7 de la loi no 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du CNRA). C'est trop peu, trop vague et incomplet pour promouvoir la représentation de la diversité de la société sénégalaise dans les programmes audiovisuels et pour instituer durablement les valeurs d'intégration et de solidarité. Les cahiers des charges applicables aux titulaires d'autorisations de diffusion sont un peu plus explicites puisqu'ils imposent aux éditeurs de télévision notamment « de ne pas encourager les comportements discriminatoires en raison de la race, de l'ethnie, du sexe, de l'âge, de la religion » et aussi « de prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, les diversités culturelles et linguistiques du Sénégal ».

Ces dispositions relèvent tout naturellement de la nécessité de traduire dans les programmes audiovisuels la mission d'intérêt général que doit affirmer prioritairement tout titulaire d'autorisation de diffusion. Elles traduisent également le principe selon lequel la liberté d'expression doit d'abord profiter aux citoyens et qu'en l'occurrence tous les téléspectateurs et auditeurs doivent pouvoir exercer leur liberté d'opinion et de choix et avoir donc accès aux médias dans des conditions raisonnables et non discriminatoires. Elles ne remettent nullement en cause l'autre principe inscrit dans la loi portant création du CNRA (article 9), qui est de garantir « le respect de l'unité nationale » car, contrairement à certaines croyances, le respect de la diversité n'est pas l'ennemi de la République. Il ne s'agit nullement, à proprement parler, de promouvoir une discrimination positive, ni même de singulariser les minorités, mais au contraire de les traiter comme les autres citoyens. Dans une société plurielle, et c'est un constat d'ordre général, l'Autre est souvent construit à travers une vision stéréotypée, généralement dégradante et souvent popularisée par les dominants. Les minorités sont par ailleurs

enfermées dans des catégories homogènes et ne sont pas vues comme un ensemble d'individus autonomes, alors que le communautarisme de la majorité est rarement évoqué. On le voit particulièrement dans les médias occidentaux où les crimes ou délits commis par un immigré sont souvent attribués à toute une communauté !

Bien peu de nos concitoyens tiennent compte de ce fait que le Sénégal est une nation jeune dont les frontières artificielles ont été tracées de façon arbitraire par la puissance coloniale et que certaines d'entre elles passent quelquefois à travers la chair des peuples. La plupart des Sénégalais ignorent que notre pays agrège plus de vingt ethnies qui représentent autant de parlers, de cultures, de modes d'existence et de pensée. Chacune a un parcours historique, des traditions, des références qui, quelquefois, ne peuvent s'exprimer de façon complète et fidèle qu'au moyen de langues et de symboles propres.

Pour avoir ignoré cette richesse, nos médias commettent souvent des impairs qui froissent inutilement certaines composantes de notre population et nuisent à la cohésion nationale. On se souvient de cette émission consacrée à un groupe humain du sud-est du Sénégal et qui, par des maladresses dans l'expression, avait irrité la population que, de bonne foi, elle voulait faire connaître. On peut aussi rappeler la comparaison faite par un journaliste, plus ignorant que malveillant sans doute, entre l'hostie et les bonbons et qui avait choqué les Chrétiens parce qu'elle touchait aux fondements de leur foi. Plus généralement, on observe que trop souvent la représentation des minorités dans les médias audiovisuels est quasi nulle et que lorsqu'elle s'effectue, elle se fait à leurs dépens, tout particulièrement dans les séries télévisées et les flashes publicitaires où leurs parlers, usages ou conditions de vie sont évoqués de façon moqueuse ou caricaturale.



Mais la diversité n'est pas que culturelle.

Il y a aussi celle fondée sur les catégories socio-professionnelles qui impose que, dans les médias audiovisuels, le monopole de la parole ne soit pas laissé aux plus puissants, aux nantis ou aux intellectuels.

Il y a celle fondée sur les sexes et sa représentation ne se limite pas seulement à assurer l'égalité entre les hommes et les femmes reconnue par la loi, ou à faciliter une meilleure participation de celles-ci aux émissions et une meilleure sollicitation de leur expertise, mais aussi et surtout à veiller à ce que l'image véhiculée sur les femmes à l'antenne et sur les écrans ne soit ni caricaturée ni stéréotypée.

Il y a enfin une autre minorité souvent laissée en rade et qui est celle des handicapés. L'accessibilité aux programmes audiovisuels doit être garantie aux malentendants (par le sous-titrage ou par le recours à la langue des signes) et aux malvoyants (par l'audiodescription notamment).

Comme on le voit, les cahiers des charges ne peuvent se contenter de ne traiter la représentation de la diversité que dans son aspect déontologique. Ils doivent comporter des dispositions précises par lesquelles les éditeurs s'engagent à améliorer la représentation de la diversité, à rendre compte des mesures prises à cet effet et à sensibiliser leurs agents, et tout particulièrement les responsables des programmes, pour qu'elle s'impose à eux de la commande à la diffusion des émissions.

C'est la condition pour donner de la société sénégalaise une image réaliste. Quant au CNRA, son rôle consistera, bien évidemment à continuer à veiller à la représentation de la diversité, au sens large, dans les programmes audiovisuels, à la favoriser par les moyens les plus divers, et à suivre les actions mises en place par les éditeurs pour assurer sa garantie.

# SÉMIOLOGIE ET MÉDIAS TÉLÉVISUELS AU SÉNÉGAL

Par Pr Moussa DAFF,  
Linguiste Sémiologue

Umberto ECO, père de la sémiologie, nous apprend dans son ouvrage intitulé « La production des signes », Indiana University Press, 1976, p.8 que « l'iconisme n'est pas un problème simple et nombre de phénomènes dits iconiques ne sont pas analysables en termes d'unités sémiotiques, mais bien comme des textes ».

Le texte télévisuel est forcément, voire volontairement, polysémique. Les intentions des signes complexes télévisuels ne sont perceptibles que dans leurs résultats pragmatiques, c'est-à-dire dans l'agir collectif incité. Le pouvoir faire agir massivement en installant dans l'inconscient populaire des réactions bien ciblées est une des forces de ce média fortement socialisé parce que familier.

La télévision est un puissant média de communication sociale. Elle est aujourd'hui présente dans tous les foyers/ménages du Sénégal et même du monde. En plus, elle fonctionne dans la représentation collective la mieux partagée en milieu populaire comme une instance de vérité. Tout ce qui paraît à la télévision est considéré par le téléspectateur non averti comme fondé et, partant, réel. C'est cette représentation bien analysée par les officines de publicité qui explique le recours à ce moyen pour faire passer et installer des comportements ou des habitudes de consommation abusive chez une bonne frange de la population. A cela s'ajoute les prédispositions naturelles de consommation après une dure journée d'abstinence pendant le mois de ramadan. Le religieux combiné au conditionnement alimentaire favorise une attitude exagérée à la consommation de produits plus publicitaires qu'efficaces pour la santé et le bien-être des populations. C'est cela qui doit expliquer le rôle de veille du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel. Cette institution peut et doit contrôler la vérité du dit et surtout sa conformité avec la réglementation en vigueur et avec l'exigence républicaine.

Les sketches du ramadan sont parfois, par le biais du comique, d'une exagération qui frise l'irrespect pour la religion musulmane. En effet, il n'est pas admissible culturellement et religieusement au Sénégal de piétiner un repas au moment de la rupture du jeûne surtout dans une famille présentée comme indigente. Il est encore plus inadmissible, même si on considère une éducation/sensibilité par le mauvais comportement ou par le contre-exemple, de présenter des adultes qui trichent et jouent avec la religion et le religieux. Dans notre société, un adulte est avant tout un modèle pour sa progéniture qui lui doit respect et obéissance et un éducateur pour la société. Le comique exagéré génère dans la conscience collective jeune la possibilité de tricher avec tout à condition que ce soit sous le sceau de la *sutura*, c'est-à-dire ni vu et ni connu par un quidam capable de procéder, par la rumeur organisée, à la dénonciation populaire.

La télévision est un outil qui charrie des représentations collectives fondatrices de la culture d'une société et c'est à ce titre qu'elle doit être contrôlée et régulée. Elle est génératrice de valeurs. La culture est un véritable schème de rapport au monde constitué autour du rapport entre le savoir et l'action et non pas seulement limitée à des concepts et des connaissances. La culture s'accommode difficilement de savoirs dont l'assemblage ne ferait pas sens. C'est en cela que la télévision nationale ou privée se doit, dans sa ligne éditoriale liée à son cahier des charges, tenir compte de la nécessité d'éviter de blesser la conscience collective de sa société cible. La culture des chaînes de télévision doit être une éthique et un appareillage intelligent de savoirs sociaux. L'action télévisuelle dans sa compétence à induire l'agir collectif par la pragmatique du gestuel doit, fondamentalement dans une logique de respect de la citoyenneté, se fonder sur un solide socle éthique et déontologique. La réflexion éthique journalistique et médiatique constitue un continuum autour

d'une culture nationale ouverte aux souffles féconds du monde.

La sémiologie nous apprend que la signification d'un message télévisuel dépend de la capacité des téléspectateurs à décrypter le sens filmique des scènes et images. Ces derniers sont compris en fonction de la culture de l'individu et surtout en conformité avec l'imposition du message verbal qui signe l'image iconographique. C'est cette prédisposition qui explique la prédominance de la publicité des produits alimentaires pendant le mois de ramadan. Les sketches du *ndogu* sont des publicités de produits alimentaires plus qu'une invitation à plus de religiosité et d'observation des recommandations de la religion musulmane. Rire, parler, se concentrer plus sur la nourriture que sur l'acte de piété sont des comportements d'antivaleurs dans la religion musulmane. Ce sont des comportements blasphématoires par les images scéniques diffusées. Cela offense, à juste titre, certaines personnalités religieuses ou le citoyen musulman tout court qui ne décrypte que le sens banal, c'est-à-dire le signifié premier lié à l'évidence suggestive des images et scènes théâtraux.

L'image télévisuelle fonctionne comme une assignation quasi-automatique d'un sens comme dans le cas de la signalétique. Pour s'en persuader, il suffit de rappeler comment des signes distinctifs religieux sont devenus aujourd'hui des signes discriminatoires et identitairement orientés par le jeu des médias satellitaires. La mondialisation de l'espace numérique implique forcément un contrôle en amont de toute diffusion nationale. La liberté n'est liberté qu'encadrée dans un contexte donné. Ce rôle d'encadrement et d'orientation préalable doit revenir au CNRA, en sa qualité

d'organe indépendant mais garant de l'équilibre national. Les réseaux multimédias et les réseaux dit sociaux sans filtre républicain préalable peuvent facilement dévier une société de jeunes dans un système éducatif national qui cherche encore son équilibre et sa pertinence.

Arts et spectacles sont des porteurs de valeurs fondamentales partagées par une société humaine à l'échelle d'un pays, d'un continent. C'est pour cela qu'ils doivent être parfaits, socialement partagés et financièrement rentables. Cette exigence explique la nécessité d'une bonne formation des acteurs culturels à l'instar de toute République qui accorde du prix à la sécurité publique.

La communication multimodale oblige le CNRA à s'interroger avec plus de précision et d'exigence, non seulement sur le sens des images, mais aussi sur la manière dont elles s'imposent à nous dans leur interaction avec tous les éléments de réalités dans lesquels elles sont plongées.

Le vrai danger de certaines images est que nous savons bien qu'elles ne sont pas le vrai, mais que nous ne pouvons pourtant pas nous empêcher d'y croire. La puissance médiatique d'une image de consommation ou de propagande idéologique est une force qui mène à une accoutumance/intoxication difficile à contrôler, tant le risque d'adhésion collective est souvent présent, voire explicitement recherché par le commanditaire.

Voilà, sommairement, des arguments sémiotiques qui plaident en faveur d'une plus grande vigilance à accorder aux programmes télévisuels qui irriguent l'espace national.







# REGULATION DES CONTENUS ENJEUX ET PLACE DU CONTENU



# ETAT DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION : PLURALISME ET DIVERSITÉ

Par Matar SALL,  
Membre du CNRA

La liberté d'expression est fondamentale, à la fois comme un droit à part entière et un outil indispensable pour la défense des autres droits et libertés.

Elle englobe plusieurs autres libertés telles que la liberté d'opinion, la liberté de la presse, la liberté d'association, la liberté de réunion, la liberté de déplacement, la liberté de manifestation et d'autres encore.

S'agissant de la liberté de la presse qui est abordée ici, elle est l'un des critères d'appréciation les plus importants de la vitalité démocratique d'un pays. C'est donc logiquement qu'elle se confond avec l'histoire de la démocratie des pays.

Le Sénégal, qui se caractérise par sa stabilité politique et constitutionnelle, a très vite été soucieux du respect des droits fondamentaux des citoyens, au point d'être considéré souvent comme un cas d'école en matière de liberté de la presse.

Convaincu que cette position doit être préservée et son statut de pionnier dans le continent renforcé, à l'instar des grandes démocraties modernes, ce pays ne cesse d'améliorer sa législation en reconnaissant plus de droits fondamentaux aux citoyens et en rendant effectif leur respect.

Pour rappel, toutes les Constitutions du Sénégal indépendant reconnaissent des droits fondamentaux, dont certains renvoient implicitement ou explicitement à la liberté de la presse (article 8 des Constitutions du 26 août 1960, du 7 mars 1963 et du 22 janvier 2001).

Seulement, ce droit fondamental qu'est le droit à l'information ne doit nullement occulter l'obligation de l'Etat de veiller au respect d'autres droits, dont la protection est tout aussi fondamentale.

C'est conscient de cet état de fait que le législateur, bien que faisant de la liberté d'information le principe, l'encadre juridiquement afin d'assurer le respect des droits de l'homme dans leur universalité et dans leur généralité.

Dans ce sens, des lois ont été adoptées pour donner un contenu concret à la liberté de la presse.

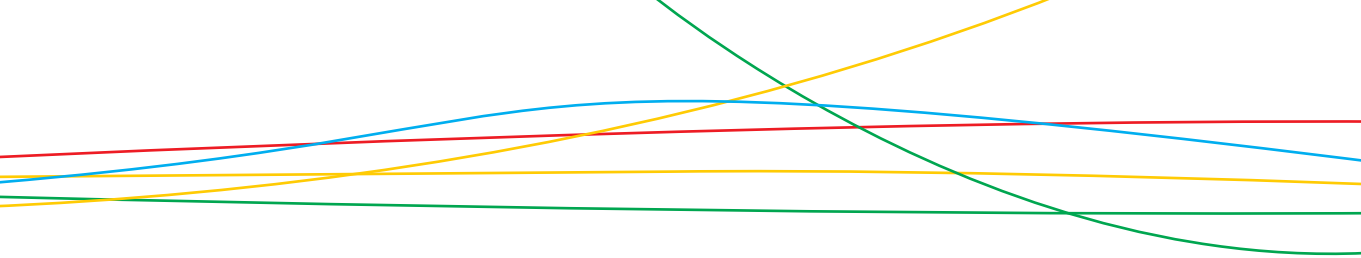
Elles sont principalement la loi n° 96-04 du 22 février 1996 relative aux organes de communication sociale et aux professions de journaliste et de technicien et la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA).

Ces textes ont le mérite de concilier la liberté et la responsabilité. Ils prévoient des droits suffisamment importants qui permettront aux professionnels des médias d'exercer pleinement et librement leur mission. En même temps, prônant un journalisme responsable, ils les assujettissent à des obligations ou devoirs, au rang desquels il y a le respect du pluralisme et de la diversité.

En effet, l'accès aux médias est garanti, de manière équitable et effective à tous.

Les médias ont l'obligation de favoriser le débat démocratique et de promouvoir les droits humains fondamentaux, les langues nationales, l'unité nationale, la tolérance et la solidarité, la paix et la sécurité entre les différentes communautés, ainsi que la lutte contre toute forme de discrimination.

Le statut de ces médias est établi par une loi et/ou des cahiers des charges qui garantissent l'objectivité, l'impartialité et le pluralisme d'opinions dans le traitement et la diffusion de l'information.



Le respect de ces principes par les médias audiovisuels est si important que le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, autorité administrative indépendante, est instituée pour y veiller.

Le CNRA a pour mission de garantir la liberté et l'indépendance des médias, le respect de l'éthique et de la déontologie. Il veille au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre

#### - **L'époque de la presse monocole**

Comme l'ensemble des pays africains, le Sénégal a connu un régime de large monopole d'Etat marqué par un étroit contrôle politique des médias qui a prévalu jusqu'au milieu des années 80, coïncidant avec la parution des premiers journaux privés.

Durant cette période, il y avait une véritable emprise du pouvoir sur les médias qui devaient

#### - **La phase du pluralisme limité**

Jusqu'aux années 80, le Sénégal n'évoluait que sur la base d'une très relative liberté de la presse limitée à la seule presse écrite.

La loi n° 79-44 du 11 janvier 1979 relative aux organes de presse et à la profession de journaliste, qui est la première véritable législation nationale en matière de presse au Sénégal, ne visait que la presse écrite.

Par contre, en matière de communication audiovisuelle, les concessions accordées par l'Etat ont mis beaucoup de temps à venir.

dans le traitement de l'information véhiculée par les médias audiovisuels. Il assure l'accès équitable aux médias publics, des partis politiques et associations de la société civile. Il veille à la libre et saine concurrence entre les entreprises de communication audiovisuelle.

Cependant, ces avancées notoires sont le fruit d'un long processus. L'histoire du droit des médias au Sénégal, fait apparaître, depuis les indépendances, plusieurs phases de ce processus.

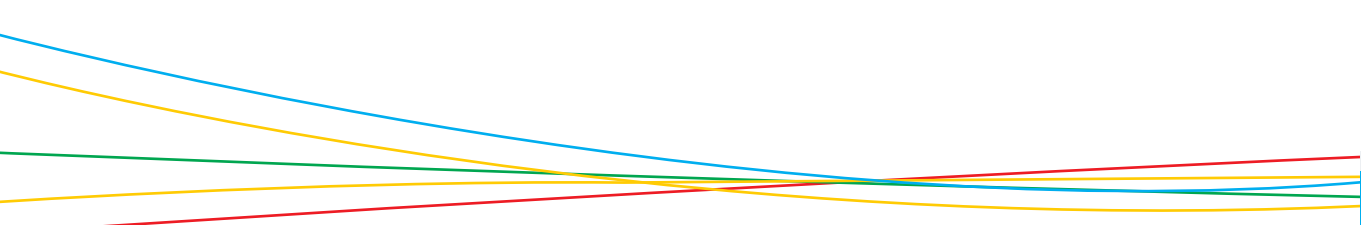
accompagner les politiques de l'Etat. Cette période se caractérisait par un accès à l'information et aux médias strictement contrôlé.

La presse, autre que celle étatique, qui existait avant les années 80, évoluait ainsi, soit dans la clandestinité, sous le régime du parti unique de fait de 1966 à 1974, soit apparaissait comme un appendice de presse politique.

La radio ne connaîtra la libéralisation qu'ultérieurement et la télévision bien plus tard.

Pour ces médias, leur libéralisation a commencé avec les dispositions juridiques allégeant le monopole de l'Etat, notamment la loi n° 92-02 du 6 janvier 1992 portant création de la Société nationale de Radiodiffusion-télévision sénégalaise (RTS).

Par la loi du 6 janvier 1992 créant la RTS, l'Etat a entendu briser le monopole.



#### - **La phase de pluralisme de l'audiovisuel limité aux radios**

Le processus de libéralisation des ondes au Sénégal s'est fait progressivement. Il a débuté avec l'arrivée de stations étrangères, telles que Radio France internationale et Africa N°1 qui, déjà écoutées en ondes courtes, ont obtenu l'usage des fréquences nationales, lors du sommet de la Francophonie en 1989.

C'est à la suite de cette extension limitée des ondes sénégalaises aux radios étrangères que les premières stations de radios privées commerciales ont pu faire leur apparition.

#### - **Enfin, la libéralisation des télécommunications**

Elle s'est ouverte à partir des années 2000 et a entraîné un *boom* des radios commerciales et communautaires et l'avènement des télévisions privées à partir de 2003.

On compte aujourd'hui 17 chaînes de télévision opérationnelles, plus de 200 radios réparties sur tout le territoire (commerciales et communautaires), plus d'une dizaine de sites d'information et une vingtaine de quotidiens qui paraissent régulièrement.

Depuis, le secteur de la presse a beaucoup évolué, consacrant une offre plurielle et diversifiée.

## L'EXISTANT ET L'OFFRE ACTUELLE

L'offre audiovisuelle au Sénégal est régie par les cahiers des charges, en application des dispositions de la Constitution, de la loi n° 96-04 du 22 février 1996 relative aux organes de communication sociale et aux professions de journaliste et de technicien et de la loi n°2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA. Le titulaire doit, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, réserver 60% au moins à la diffusion d'œuvres originales africaines dont au moins 30% consacrés à la production originale séné-

galaise. Face à la floraison des séries locales sur les petits écrans, la question qui s'impose est : quel est le contenu local proposé aux Sénégalais tous les jours ?

On observe, dans les faits, que cette règle est appliquée et mise en œuvre, mais qu'elle est l'objet d'une déviation, quant à l'esprit. En effet, les grilles des émissions diffusées par les 17 chaînes regorgent de productions locales, mais de qualité contestable et souvent éloignée des missions informatives et éducatives des médias.

### Régulation

#### La pédagogie, démarche du CNRA

Depuis trois ans, le CNRA privilégie la concertation et la pédagogie, notamment dans le contexte de grand changement et bouleversement des repères que crée le passage au numérique.

La responsabilité du journaliste, professionnel de l'information, envers le citoyen et la communauté, est la pierre angulaire du maintien de l'équilibre de la société.

« *La seule méthode connue de l'actuelle équipe reste l'apprentissage* » au regard des rencontres initiées auxquelles toutes les catégories, compé-

tences ont pris part, à un moment ou un autre de l'année.

Cette expérience de la gestion concertée de l'espace audiovisuel a abouti à l'amélioration du respect des règles du secteur de l'audiovisuel, notamment le pluralisme, la diversité et la protection de l'enfance.

Le CNRA note, pour le saluer, l'observance par les diffuseurs de contenu, des mises en demeure et recommandations, tant sur la lettre que dans l'esprit.

## CONTENU, QUALITÉ ET DIVERSITÉ

Au-delà de la liberté d'expression qui s'applique au contenu de l'information et aux moyens de transmission et de réception de l'information, l'enjeu fondamental, qu'il s'agisse de radio ou de télévision, repose sur la recherche de la créativité et d'une diffusion de qualité. C'est une considération importante, dans la mesure où le niveau concurrentiel des médias est très vigoureux, d'où l'importance du débat sur la qualité de l'offre audiovisuelle qui constitue le

nœud du principal problème du secteur audiovisuel. Les médias sénégalais offrent-ils au public un contenu de qualité ? La télévision n'est-elle pas le reflet d'une société en mal de repères ?

Avec l'enrichissement de l'offre des chaînes de télévision numérique terrestre (TNT), la recherche de l'audimat ne saurait être un prétexte à la diffusion de contenus inappropriés.



## MONITORING ET RÉGULATION

Pour s'assurer du respect par les éditeurs de leurs engagements contractuels inscrits dans les cahiers des charges, le CNRA s'est doté, depuis 2014, d'un système de monitoring qui favorise l'exploitation, en temps réel et en mode différé, de l'ensemble des contenus audiovisuels. Cet outil permet au Conseil de disposer des éléments pour une prise de décision grâce aux différents rapports produits par le groupe de travail mis sur pied pour le monitoring.

Cet outil moderne qui permet au régulateur d'avoir accès aux productions et diffusions des radios et télévisions de l'espace sénégalais, peut offrir d'autres orientations. Il s'agit désormais de savoir le pourcentage des productions

locales dans une télévision en termes d'émissions, d'informations, de l'accès équitable et des droits des consommateurs. Il est question d'une utilisation optimale des contenus et des grilles du monitoring pour apprécier l'impact des émissions sur le public, la société, les couches vulnérables. Autrement dit, c'est là un moyen de contribuer à rétablir les équilibres dans les médias : le décryptage des émissions en direction des minorités ethniques et religieuses, des couches sociales les plus vulnérables, des différents acteurs du paysage audiovisuel et, pour finir, le décryptage du fonctionnement de la chaîne des valeurs audiovisuelle.



# MONITORING

## LE MONITORING DU PLURALISME

Par Mame Ndiack WANE

Conseiller du Président du CNRA

Responsable du Département de Suivi des Programmes

Le système d'acquisition mis en place par le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel permet d'avoir un aperçu réel de la présence sur les télévisions et les radios sénégalaises des intervenants publics, quelles que soient leur appartenance sociale, culturelle, politique, économique et/ou leur fonction. Dans le cadre du suivi du pluralisme et de la diversité, le CNRA est en mesure de quantifier et de qualifier la représentation et le temps de présence de tous les acteurs sociaux, de quelque sensibilité qu'ils soient, hommes et femmes, jeunes et moins jeunes, dans les médias audiovisuels.

Le CNRA peut objectivement apprécier le niveau d'accès de tous les acteurs politiques, syndicaux et des organisations reconnues de la société civile à ces médias, conformément aux dispositions des lois et règlements en vigueur.

Le dispositif du monitoring s'appuie sur deux outils de travail principaux :

- un module « HMS Pluralisme » qui permet de comptabiliser les temps de parole et temps d'antenne, aspect déterminant pour la régulation, notamment en période électorale ;
- une base de données régulièrement mise à jour, alimentée par des fiches comportant les noms de personnalités publiques (le Chef de l'Etat, l'ensemble des membres du gouvernement et les différents ministres-conseillers, les députés, les responsables des partis politiques légalement reconnus, la société civile, etc.).

### Illustration du pluralisme politique et de l'équilibre de l'information

(Echantillonnage représentatif sur une période de 3 mois (du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre 2014))

#### 1. Temps de parole des acteurs sociopolitiques à travers les médias du service public

##### • RADIODIFFUSION (Radio SENEGAL)

Catégorie	Durée (hhmmss)	%
GOUVERNEMENT	02:31:31	92.04
MAJORITE	00:12:35	7.64
PARTIS NON ALIGNES	00:00:31	0.31

##### • TELEVISION (RTS)

Catégorie	Durée (hhmmss)	%
GOUVERNEMENT	10:08:12	57.9
MAJORITE	05:10:38	29.57
OPPOSITION	01:27:08	8.29
PARTIS NON ALIGNES	00:24:26	2.33
NON REPRESENTE AU PARLEMENT	00:20:06	1.91



## 2. Temps de parole cumulés

- RADIO SENEGAL, SUD FM, WALF FM, RFM, ZIK FM

- Répartition temps de parole des acteurs sociopolitiques

Catégorie	Durée (hhmmss)	%
MAJORITE	09:52:00	43.97 %
GOUVERNEMENT	08:46:26	39.1 %
OPPOSITION	02:29:52	11.13 %
PARTIS NON ALIGNES	00:50:38	3.76 %
NON REPRESENTE AU PARLEMENT	00:27:24	2.04 %

- Répartition temps de parole Homme/Femme

Editeurs	% Femmes	% Homme
RADIO SENEGAL	8.75	91.25
SUD FM	8.75	91.25
ZIK FM	12.41	87.59
RFM	19.27	80.73

- RTS1, 2STV, WALF TV, TFM, SENTV

- Répartition temps de parole des acteurs sociopolitiques

Catégorie	Durée (hhmmss)	%
MAJORITE	28:50:29	38.44
OPPOSITION	23:07:04	30.81
GOUVERNEMENT	19:45:38	26.34
NON REPRESENTE AU PARLEMENT	02:31:35	3.37
PARTIS NON ALIGNES	00:47:08	1.05

- Répartition temps de parole Homme/Femme

Editeurs	% Femmes	% Hommes
TFM	4.2	95.8
2S TV	6.65	93.35
RTS1	7.05	92.95
WALF TV	7.49	92.51
SENTV	10.6	89.4

# UN OUTIL PRÉCIEUX POUR RATIONALISER L'ÉCONOMIE DES MÉDIAS

Par **Ibou FALL**,  
Membre du Groupe de travail sur le monitoring et le pluralisme

L'acquisition d'une unité de monitoring fait entrer le métier de la régulation au Sénégal dans l'ère moderne. Elle est le révélateur des insuffisances professionnelles notées dans le paysage médiatique.

Il ne s'agit plus de porter des jugements de valeur sur l'éthique de la pratique, mais d'analyser rationnellement le travail effectué. Après avoir observé durant une semaine les programmes des principales chaînes de télévision, via le module Médiathèque de l'unité de monitoring, le constat est frappant : ainsi, le flou des heures de démarrage comme de la fin des programmes de la journée, les défaillances de la signalétique, l'anarchie des annonces publicitaires, l'improvisation de la programmation ont été relevés.

Le comité chargé d'étudier les perspectives qu'offre ce nouvel outil de travail, concernant ce dernier aspect, s'est penché sur les manquements à la ponctualité généralisés qui induisent de l'énergie gaspillée, des heures de travail supplémentaire improductives, des déficits de crédibilité vis-à-vis des annonceurs et du public forcément déboussolé, donc des pertes d'audiences et de recettes.

Durant la semaine du lundi 29/09/2014 au dimanche 05/10/2014, le groupe de travail s'est penché sur la programmation de cinq chaînes de télévision considérées comme les plus suivies

du paysage médiatique national : Walf Tv, 2Stv, Rts 1, Sen Tv et Tfm. Le travail a consisté à relever les écarts entre les horaires annoncés et les heures effectives de diffusion et cumuler les écarts pour en estimer les manques à gagner au plan financier.

En une semaine de relevés des écarts d'horaires portant, non pas sur la totalité des programmes, mais sur les seules heures de démarrage effectif des émissions et certaines émissions considérées comme celles présentant le plus d'intérêt pour le public, il est constaté des écarts de programmation cumulés allant de 1 heure 36 minutes 33 secondes à 4 heures 12 minutes 13 secondes. Des pertes de temps d'antenne qui se traduisent parfois par des prolongations du générique, de la réclame ou de l'autopromotion par bandes-annonces d'émissions.

A titre illustratif, nous posons l'hypothèse selon laquelle une minute de production-diffusion audiovisuelle aurait un coût de trois cent mille (300 000) francs Cfa, ce qui équivaut à une seconde de production-diffusion coûtant cinq mille (5 000) francs.

Selon ce schéma, le manque à gagner des chaînes sénégalaises en une semaine, pour un total cumulé de 219 160 000 francs Cfa, occasionné par les seuls dysfonctionnements de programmation que nous aurons relevés, s'établit comme suit :

- Walf Tv :	9 083 secondes X 5 000 francs	= 45 415 000 francs Cfa
- 2S tv :	5 793 secondes X 5 000 francs	= 28 965 000 francs Cfa
- Rts1 :	15 133 secondes X 5 000 francs	= 75 665 000 francs Cfa
- Sentv :	8 046 secondes X 5 000 francs	= 40 230 000 francs Cfa
- Tfm :	5 777 secondes X 5 000 francs	= 28 885 000 francs Cfa

En ce qui concerne les horaires de démarrage, si certaines chaînes font preuve d'un souci de constance (souvent en ouvrant par une émission religieuse) d'autres, en revanche, font

étalage d'une dispersion notoire. Il est donc quasiment impossible de repérer le démarrage réel de leurs programmes.

### Manques à gagner et préjudices

Il s'agit là d'une caractéristique qui se poursuit avec la programmation des émissions tout au long de la journée. Il est donc impossible, pour certaines chaînes, d'établir une grille de programme si l'on se réfère à la diffusion effective des émissions.

Il est probable qu'au plan administratif et financier, le manque à gagner pénalise la chaîne, par une consommation d'énergie et une mobilisation improductive du personnel. Pour ce même personnel, ce cumul d'écarts de ponctualité induit du travail supplémentaire qui ne se traduit sans doute pas par une rétribution compensatoire.

Quant à l'annonceur auquel il est vendu une tranche horaire censée concentrer le plus grand nombre de téléspectateurs, il peut être saisi d'un doute ou se sentir floué si l'heure à laquelle sa réclame devait passer n'est pas respectée. Il lui sera également difficile de contrôler l'effectivité de la diffusion d'une annonce qu'il a payée, si son emploi du temps ne lui permet pas d'attendre longtemps devant l'écran de télévision afin de constater l'effectivité de la prestation de service commandée.

Le téléspectateur, également, demeure pénalisé par une inconstance de la programmation et risque d'être déboussolé à force de chercher de chaîne en chaîne une régularité qui fait défaut dans le paysage audiovisuel. Cette tendance à l'improvisation est d'autant plus inconvenante que l'absence de signalétique ou de toute autre forme d'indication met le téléspectateur à la merci d'un matraquage sauvage de contenus inappropriés pour certains publics, en particulier celui des mineurs, souvent confronté au choc des émissions destinées à un public plus mature ou plus averti.

De rares fois, une excuse du présentateur de l'émission est servie au public, lorsque le retard excède les quinze minutes, ce qui dénote une accoutumance au retard d'une ou deux minutes et qui ne semble pas émouvoir grand monde.

Enfin, il a été noté un flou certain concernant la fin des émissions, hormis quelques rares chaînes qui présentent un dernier flash d'informations aux alentours de zéro heure. Un *modus vivendi* permettrait aux différents protagonistes de mieux cerner le rapport à la télévision, sachant que les tranches horaires de diffusion devraient se soucier des mœurs sociales.

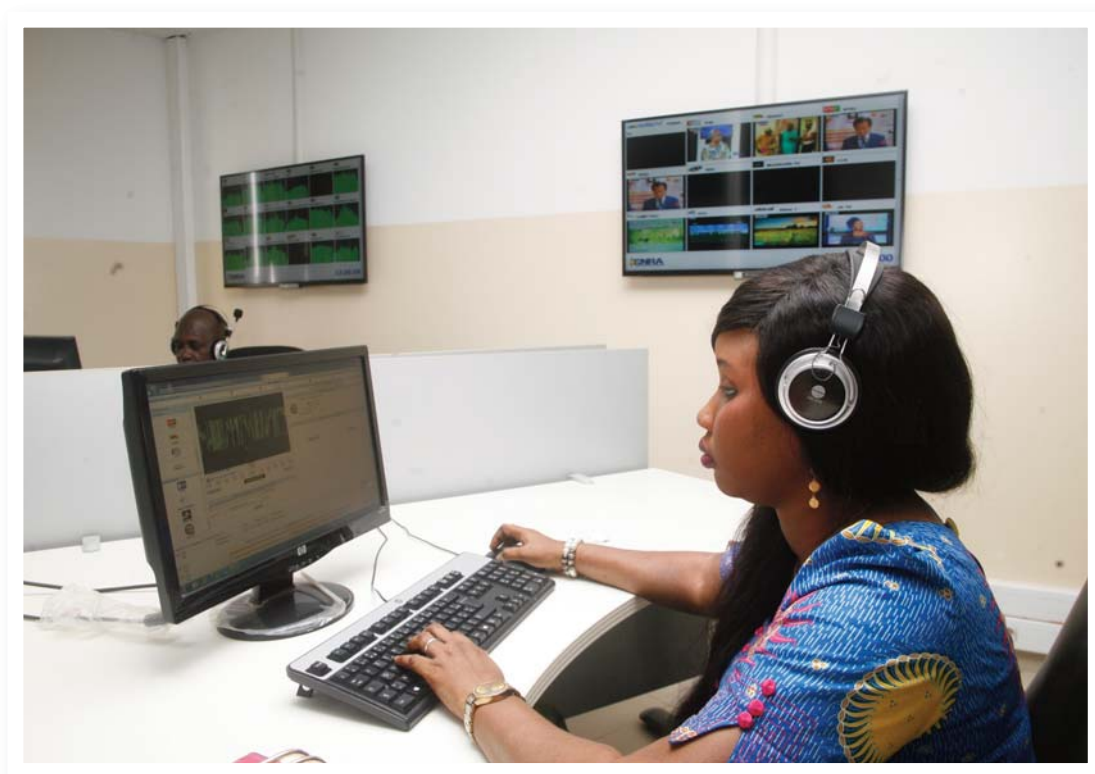
## Diaspora, décalages et rediffusions

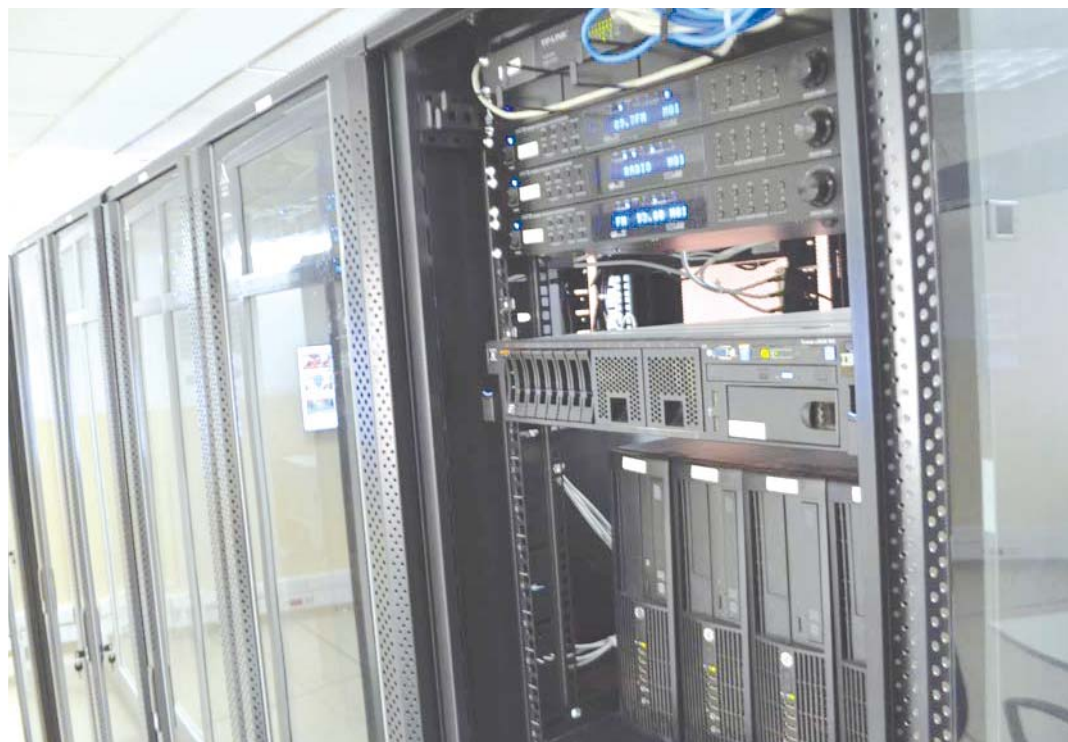
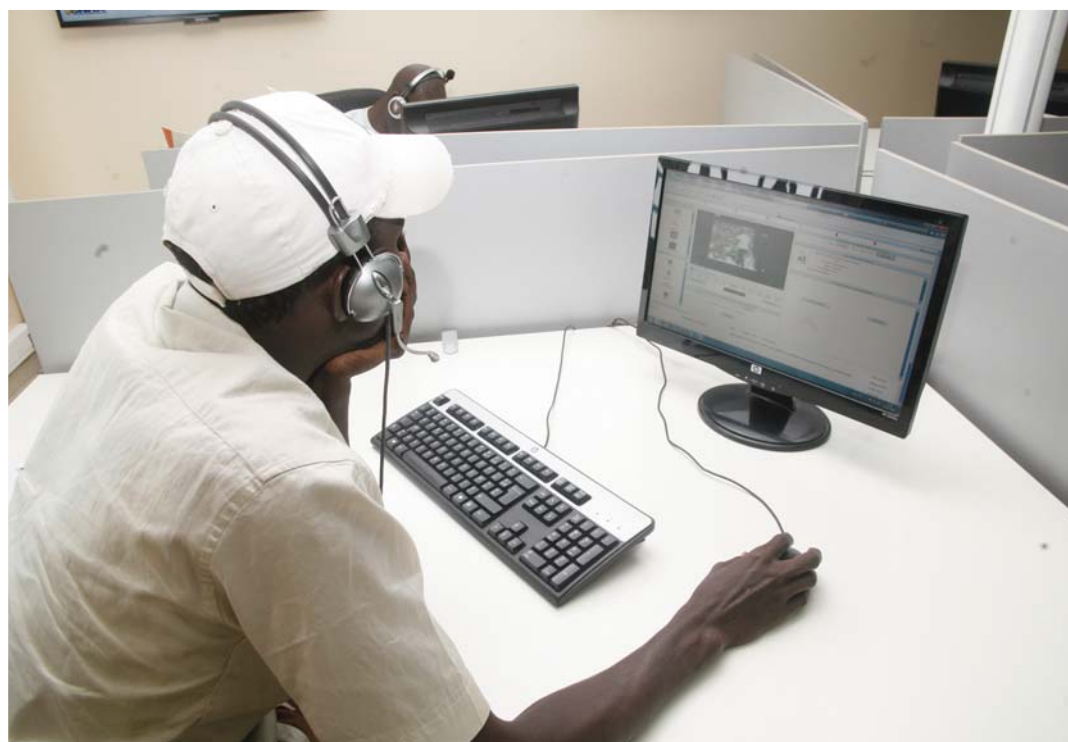
La diaspora sénégalaise étant importante, suivant les décalages horaires, une politique de rediffusion devrait pouvoir discipliner davantage ce qui apparaît parfois comme du remplissage improvisé, plutôt que le souci de permettre aux téléspectateurs contraints par les obligations, de pouvoir bénéficier d'une rediffusion des programmes adaptée à diverses catégories sociales.

La chaîne des dysfonctionnements relevés dans la programmation nous amène à des interrogations concernant l'organigramme des groupes de médias, notamment sur les métiers stratégiques de la programmation. Il est évident que, si dans la chaîne de fonctionnement de la télévision,

certains postes demeurent vacants ou que leurs titulaires n'ont ni la formation ni les compétences qui auraient dû les y préparer, les répercussions sur le rendement ne peuvent que s'en faire ressentir.

Cette petite réflexion à propos des manquements des acteurs du paysage médiatique est surtout indicatrice des pistes de réflexion sur la régulation que le monitoring ouvrira. Il ne s'agit pas seulement d'émettre des jugements de valeur sur l'éthique de la profession, mais d'analyser également, de manière rationnelle, les failles du système qui pénalisent l'économie des médias au Sénégal dont la révolution s'opère en même temps que le basculement dans le tout numérique.





## LES MÉTIERS DE LA PROGRAMMATION

**Des métiers directement liés à la programmation sont reconnus par les standards internationaux. La complémentarité des rôles permettrait, cependant, d'éviter certains manquements récurrents.**

**Le conseiller de programmes** est chargé de rechercher et proposer des programmes et d'en assurer le suivi de fabrication, de leur conception à leur diffusion, aux niveaux artistique, technique, budgétaire, marketing et juridique.

**Le chargé de programmation**, avec la direction de la production, fait l'inventaire des programmes que la chaîne a en stock et élabore des grilles de diffusion. Il propose aussi les achats et créations de productions.

**Le chargé de diffusion** prépare en amont, puis surveille en temps réel la diffusion des émissions à l'antenne : émissions diffusées en direct d'un studio, et surtout émissions en direct réalisées hors studio. En cas d'imprévu, il intervient immédiatement.

**Le gestionnaire d'antenne** repère et acquiert des produits audiovisuels pour assurer à sa chaîne la meilleure audience. Avec ses émissions achetées et celles produites en interne, il élabore une grille de programmes dont il coordonne ensuite la mise en œuvre.

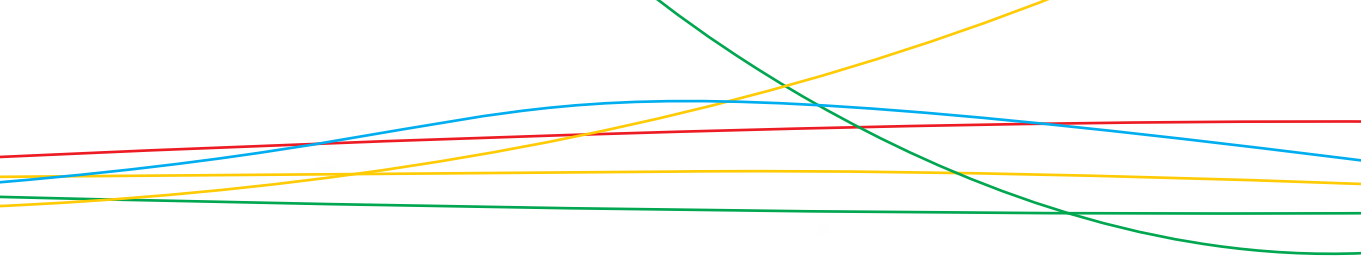
**Le chargé de production** assure, selon un budget établi, l'organisation matérielle, logistique, humaine et financière d'un tournage. Plannings, prévisions et coordination des intervenants au cours de la réalisation lui incombent également.



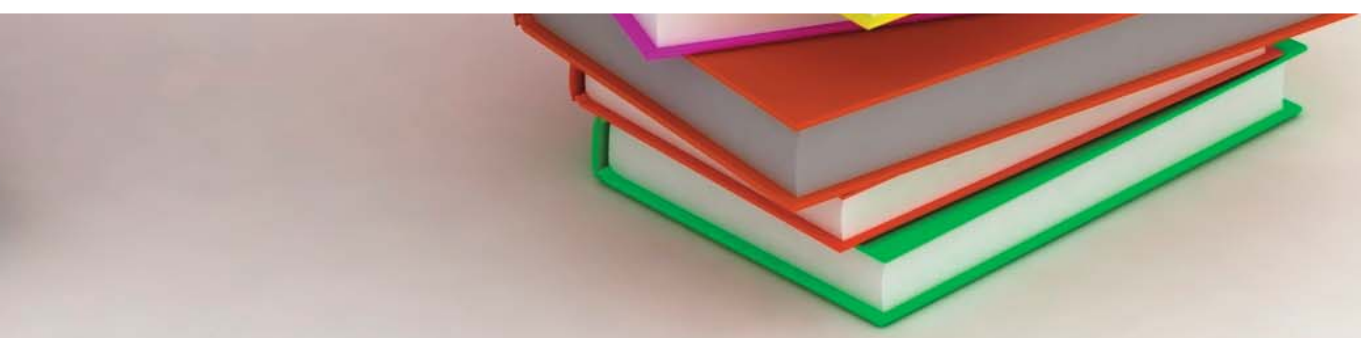








# TRANSITION VERS LE NUMERIQUE



## À L'HEURE DE LA BATAILLE DES CONTENUS

Le Sénégal s'était inscrit parmi les premiers pays de la zone Afrique francophone ayant véritablement mesuré la portée essentielle sociale, politique et économique de la question du passage au numérique, ce qui lui a valu le basculement le 17 juin 2015. Il a réussi à commencer à envoyer à destination des téléspectateurs un nouveau bouquet numérique de l'ensemble des chaînes de télévision émettant au Sénégal. Ce bouquet numérique à diffusion terrestre est la (TNT).

La cérémonie de lancement officielle de ce signal s'est déroulée sous la Présidence du Chef de l'Etat, Monsieur Macky SALL, entouré de tous les Ministres, en présence du Président du CONTAN, Monsieur Babacar TOURÉ, dans la salle des banquets de la présidence de la République.

Le Sénégal a ainsi respecté les accords dits GE06 qui prévoyait à cette date le basculement de priorité.

A ce jour, il y a une couverture d'environ 80% de la population.

En attendant la couverture intégrale du territoire par le numérique, le défi de la production de contenus audiovisuels de qualité, conformes aux attentes des populations, s'impose pour les industries de médias. A cela s'ajoute, en plus de l'enjeu de la mise en place de l'infrastructure, le recadrage des missions de l'autorité de Régulation pour mieux organiser le secteur de l'audiovisuel.

Ainsi le CONTAN a travaillé sur :

- l'encadrement technique ;
- l'encadrement de la production audiovisuelle ;
- l'encadrement juridique avec, notamment, la révision des cahiers des charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels ;
- le renforcement des prérogatives de l'organe de régulation de l'audiovisuel ;
- la mise en place de nouvelles conventions de concession pour les autorisations de diffusion de programmes audiovisuels ;
- l'étude et la mise en place d'un circuit fibre optique (FO), avec l'Agence de l'Informatique de l'Etat (ADIE).

### Une obligation nationale au bénéfice des Sénégalais

Le Sénégal est signataire de l'accord de Genève 2006 (GE06), fixant la date butoir du basculement au numérique en Afrique au 17 juin 2015.

En analogique : 1 chaîne de télévision est diffusée sur 1 fréquence, alors qu'en numérique : 15 à 20 chaînes en version standard (SD) peuvent

être diffusées sur une seule fréquence, ou 5 à 6 chaînes en Haute définition (HD), en plus des services à valeur ajoutée et des métadonnées. Les fréquences récupérées, naguère utilisées par les chaînes de télévision constituent ce que l'on appelle le dividende numérique.



La télévision numérique terrestre présente des avantages sur le plan :

- culturel, sociétal, démocratique : plus de chaînes de qualité pour plus de diversité culturelle et linguistique ; plus de chaînes thématiques ;
- juridique et institutionnel : mise en place d'un nouveau cadre normatif juridique et institutionnel adapté ; meilleure régulation de l'ensemble du système ;
- économique : le dividende numérique, un levier pour accélérer l'avènement d'une véritable économie, source de création d'emplois et de richesses.

Il s'agit là d'une volonté de profiter de ce moment privilégié pour construire les bases d'une société de l'information plus dynamique, orientée vers le développement inclusif. Une offre et une

demande de programmes, élevant le niveau de culture, le niveau d'informations et à même de promouvoir les valeurs positives et de rester nous-mêmes, s'imposent.

## PAROLES D'ACTEURS SUR LA PROMESSE DU CONTENU

### Que devraient faire les parents pour protéger leurs enfants des dangers liés à l'écran et aux contenus préjudiciables ?

**Mame-Amy Ndour TAYLOR,**  
Directrice, Après La Classe

Avec le passage au numérique, les usagers ont un plus vaste choix de contenus après une adaptation de leurs équipements de réception. Il est utopique de croire que nous puissions protéger nos enfants à 100 % de la télévision. Elle fait partie désormais de leur univers et les en priver revient à leur retirer une source de détente et de plaisir.

Cependant, nous nous devons de nous rappeler que si la télévision est par moment, une gardienne bien utile, une *baby-sitter* disponible, ses compétences laissent parfois à désirer. Violence, hyperactivité, agressivité, sexualité découverte trop tôt, développement psychomoteur retardé, troubles du sommeil, retard de langage, baisse du niveau scolaire, manque de sociabilité, passivité, risque d'obésité, etc., la liste est longue et troublante, l'impact négatif de l'exposition de nos enfants devant cette télévision est bien réel. Nous devons les protéger en :

- contrôlant notre propre temps passé devant la télé où circulent des images à peine supportables, étant donné que les petits ont tendance à reproduire les comportements qu'ils observent et qu'une scène qui nous semble tout à fait banale peut provoquer une forte émotion chez eux ;

- réduisant au maximum les moments où l'enfant sera seul devant la télé ; il faut absolument rester dans les parages ; une règle d'or, pas de télévision dans les chambres des enfants ; l'écran doit être dans une pièce commune où nous pouvons voir ce qui se passe et en réguler l'utilisation.

Il faut s'assurer que le contenu des émissions visionnées correspond à l'âge des enfants. Il est important également d'apprendre à nos enfants à avoir un esprit critique face à cette télé et comment percevoir la violence dans la vie quotidienne.

Nous nous apercevons que nos moyens restent assez limités pour les préserver de cette exposition prolongée devant la télé. Alors, essayons de contourner ce nouveau fléau, (eh oui, moi je l'appelle fléau, le mal du siècle) en initiant nos enfants à d'autres passe-temps, tels que le sport, la lecture, le bricolage, les jeux en plein air, la musique, les visites familiales. De manière générale, intéressons-les à la vraie vie, la nature, les animaux, les gens, les arts, pour qu'ils ne passent à côté.

## Depuis le passage au numérique, quel regard portez-vous sur l'offre de programmes audiovisuels ? Y a-t-il lieu d'étendre les compétences du CNRA pour assurer la liberté de communication, le contrôle des médias audiovisuels et le respect de la diversité ?

**Assane MBOUP, PDG de Show Me**

**Ecrivain-Expert chercheur en Communication et Marketing des Médias**

**Président de l'Union internationale des Télévisions éducatives francophones**

La problématique de l'offre de programmes est de façon générique assujettie à la relation synallagmatique entre la demande et l'offre. Et à ce titre, elle devrait être joutée par toutes les dispositions de normalisation, de formalisation, et de réglementation inhérente à l'équilibre et à la stabilité de la relation clients/fournisseurs, ici entendue : producteurs de programmes audiovisuels et téléspectateurs ou internautes par extension.

Le regard que je porte sur l'offre de programmes audiovisuels au Sénégal est d'autant plus complexe qu'il faille d'abord explorer les fondamentaux qui font un ou des programmes au Sénégal, un pays si riche en histoire et en ressources humaines de compétences et d'expertises

En effet, la notion de « consom-acteur » exige que le client/consommateur, quel que soit le type de services et/ou de produits (programmes) qu'on lui propose, qu'il puisse exister en tant que point d'ancrage dans la satisfaction de ses besoins exprimés, sources normatives d'inspiration à la production de programmes.

Les programmes de flux sénégalais n'ont aucune valeur patriotique, mais s'illustrent par le besoin immédiat de diffusion non ré-exploitable avec un seul objectif : le gain.

Les programmes de flux en passages furtifs interactifs ont presque la même typologie, les mêmes horaires, une fausse diversité et avec la marque d'une imposition de contenus au téléspectateur.

Ainsi se pose la véritable question de la politique et du monitoring de contenus au Sénégal qui

doit, à mon avis, être réorganisée, réglementée avec des bases incontournables en relation avec des normes et dans le respect de l'éthique, de la déontologie pour la protection des citoyens, pour l'éducation des plus jeunes, pour la promotion de nos valeurs, pour la cohésion sociale, pour le bien-être familial et le développement.

Et dans un environnement changeant, le système établi est forcément bouleversé par des cycles de crises qui renforcent la nécessité de régulation. Cela, pour dire simplement qu'avec l'avènement du numérique par le passage à la TNT, l'environnement des médias devient aussi flexible que fragile par sa vulnérabilité. C'est tout l'enjeu de la place du CNRA dans ce dispositif nouveau. Réguler un système instable ou changeant nécessite une implication depuis l'attribution de la fréquence et, aujourd'hui, du canal de diffusion jusqu'aux procédures de diffusion, en passant par la normalisation dans l'élaboration des programmes.

Et le consommateur, qui devrait être protégé, défendu et représenté par le CNRA exigerait de façon logique que cette instance (le CNRA) ne soit plus confinée dans un rôle de constat d'écart ou d'alertes, mais devrait au contraire avoir les moyens de sa politique et de ses ambitions.

Cela dit, la question de l'extension des compétences du CNRA ne devrait pas se poser en termes de demande mais en termes d'exigence, en tant que besoin imminent devant la vulnérabilité à laquelle fait face le système numérique qui, de plus en plus, expose les populations à un danger rampant : le foisonnement dans la production de contenus.

# POUR UN PROGRAMME NATIONAL D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Nous ne serons pas tous au rendez-vous du siècle prochain. Seuls les plus éduqués traverseront le passage vers la société de l'information, dans une posture de citoyen plein et entier, alphabétisé, éduqué, informé et conscient. Or la nouvelle alphabétisation repose essentiellement sur quelques colonnes :

- le bagage culturel et identitaire ;
- l'éducation scolaire ;
- la capacité à trouver ses marques dans la mondialisation, dont la mondialisation des médias.

Ces marques, autrement appelées repères, résident dans la Culture, communément définie comme un ensemble d'images et de repères sociétaux qui demeurent stables, malgré le flot d'informations et la succession d'événements. Apprendre à lire les médias, comprendre la société de l'information et le pouvoir de l'information est devenu une compétence et une condition d'insertion.

Les champs et arènes de luttes pour le pouvoir se sont transposés au cours de l'histoire, évoluant de l'affrontement physique brutal à la lutte immatérielle pour l'influence. Autrefois circonscrits aux champs de bataille militaires, ils sont passés aux alcôves et assemblées politiques, puis ont progressé vers les agoras d'idées, amphithéâtres et classes d'éducation. Aujourd'hui, ils conquièrent goulûment plateaux et studios de radio et télévision, écrans divers où les contenus rivalisent pour imposer un modèle culturel. Rien moins que cela car rien, en effet, n'est anodin dans la production et la diffusion des contenus. Ce serait une erreur et une irresponsabilité de croire à l'innocuité culturelle des programmes offerts à la consommation à destination du plus grand nombre et du jeune public. Certains théorisent que nous sommes entrés dans l'ère de la « communication postmoderne », en ce sens que l'histoire et donc la communication semble devoir être reprise, « re-paradigmée ».

Autrefois, dans un système gérontocratique, certes pesant, mais porteur de sa propre

cohérence, les anciens étaient les gouverneurs d'une histoire commune. Dans ce schéma, ils assuraient la cohésion sociale, sans trop de difficulté, armés d'une force tutélaire qui a aujourd'hui volé en éclats et laissé place à des histoires, des conteurs multiples que sont les médias, sans visages et sans la responsabilité que confère la proximité.

L'éducation est un impératif dans toute société et le corpus de connaissances, de questionnements, de valeurs doit être pertinent pour le contexte. La société sénégalaise, à l'instar de toutes les communautés du monde contemporain, doit éduquer pour une renaissance médiatique. Les fondations de cette éducation aux médias tiendront compte d'un cycle incontournable marqué par les étapes de développement, dégradation et « renaissance » médiatique.

En 40 ans, nous avons vu la lucarne sénégalaise naître, se développer, offrir des programmes de grande qualité didactique, multiplier les chaînes, tomber dans la course à l'audimat et la publicité, produire des contenus de piètre qualité, voire inacceptables ; enfin, un ras-le-bol des usagers qui oblige à une reformulation de l'offre. Or ce momentum de la reformulation ne doit pas se faire dans une seule logique ponctuelle et commerciale, il doit être l'occasion de corriger – ou bâtir - le système. Il s'agit donc de bâtir un système de qualité, au bénéfice de la société et qui donne un rôle de formulation, consommation et contrôle aux différentes parties prenantes : éditeurs, familles, Etat, critiques.

La société elle-même, les responsables de la politique publique de communication et de culture, donc les contenus, doivent pouvoir s'impliquer dans un projet commun de formulation en partant de questions fondamentales et posées simplement.

Le CNRA a initié une série de consultations des différentes catégories d'acteurs en vue de l'élaboration d'un projet d'éducation aux médias. L'objectif est de faciliter la création de mécanismes d'information et d'éducation de ces catégories – familles, décideurs publics, journalistes, associations et, au besoin, les éditeurs de contenus eux-mêmes, aux enjeux liés à la formulation des contenus.

Un argument spécieux, souvent brandi par les éditeurs de contenus contestés, est qu'ils répondent à la demande du public. Pourtant les bonnes questions sont connues de tous, maintes fois discutées. Il est urgent de les transformer en pierres angulaires de politiques publiques et mesures de gestion de l'espace médiatique.

Si l'on considère que la mission fondamentale conférée aux médias demeure d'informer, éduquer et divertir, alors un programme d'éducation aux médias permettra de revisiter quelques enjeux à cette aune.

- Les usagers sont-ils vraiment demandeurs de la violence et de la vénalité offertes au menu culturel quotidien ?
- Quel est l'impact de cette violence sur les téléspectateurs et leur conception du monde ?
- Quel est l'impact sociologique et politique de l'information, des émissions politiques, de la publicité et des modèles de consommation, de la programmation destinée au jeune public sur les choix des électeurs, sur la modélisation de l'utilisateur-consommateur et par conséquent sur la diversité ?
- Quel rôle assument les médias dans la diffusion des nouvelles valeurs adoptées par la République (participation citoyenne et communautaire ; parité homme-femme ; diversité culturelle...) ?
- Où décide-t-on du modèle du nouveau type de Sénégalais qui sera donné en représentation dans les séries télévisées ?
- Comment les images violentes reçues de manière cumulée impactent-elles les termes du débat public sur la criminalité ?
- A qui profitent les modèles culturels et les consensus manufacturés autour des modes vestimentaires, musicales ?
- Comment les séries télévisées importées - véhicules de modèles de libéralisme économique - modifient-elles notre rapport conceptuel à la pauvreté et à la solidarité ?
- Si l'on considère et accepte les théories d'imprégnation par surexposition à la télévision, quel est le poids réel de la télévision ?
- Existence-t-il des ferments de prise de conscience et sont-ils écoutés ?

## Des champs d'étude sont à développer pour :

- comprendre les complexités de notre comportement et gérer en conséquence ;
- comprendre les barrières à la connaissance et construire une communication capable de transcender ces barrières ;
- poser les enjeux d'utilisation des langues nationales dans les médias ;
- édifier la critique média en mécanisme plus systématique de gestion de la qualité - car mal communiquer peut être plus dangereux que faire silence ;
- réinventer les mécanismes de contrôle avant diffusion, en revisitant en toute franchise intellectuelle les enjeux, principes et risques de la censure (principe de classification des émissions, signalétique, protection du jeune public et des familles face aux contenus pornographiques, d'incitation à la consommation, violents) ;
- connaître les profils des usagers ;
- accompagner l'organisation et la régulation du secteur ;
- orienter le développement de l'étude d'audiences ;
- documenter l'histoire des médias et analyser les évolutions.

Jamais dans l'histoire de l'humanité, il n'a été aussi urgent d'éduquer. Le paysage médiatique sénégalais est relativement équilibré, mais fragile et fragilisant. Il faut arrêter la confusion qui conduit les usagers des médias à agir contre leurs intérêts propres.

Il faut, pour cela, inscrire dans nos garde-fous démocratiques les normes et mécanismes de mise à niveau des éditeurs de contenus, journalistes, blogueurs et radios communautaires... Un tel objectif requiert compétence parentale

et intervention d'Etat pour arriver aux mœurs de maturité sociétale.

En vue d'une industrie de la communication de qualité, les éditeurs devront être tenus à un engagement sur les contenus. Un programme national d'éducation bâtira les fondations de la critique et de la protection. C'est à ce prix que nous traverserons le passage vers la société de l'information, en tant que société organisée. « Avant de rêver, il faut savoir » disait Jean Rostand.



## POURQUOI IL FAUT UN PROGRAMME D'EDUCATION AUX MEDIAS

### Extraits du discours du Président du CNRA lors de la présentation du rapport annuel 2014 au Président de la République

**Il est ici question de droits, des attentes de la société et du rôle des politiques publiques.**

[...] Les enjeux sont d'amener les producteurs de contenus à mener à bien leur travail de construction nationale, préservation et animation de la diversité, expression informée de la citoyenneté. De médiation de la société avec elle-même pour plus d'équité, pour une urbanisation humaine, pour une requalification de la société agricole, pour le dialogue intergénérationnel, pour la protection et l'épanouissement des jeunes.

L'urgence est d'amener le secteur audiovisuel sénégalais à accompagner l'entrée dans la nouvelle ère. Le tissu médiatique sénégalais est aujourd'hui assez large, diversifié et mature pour assumer cette mission ; revisiter son projet éditorial et sa vision pour accompagner ce nouveau tournant historique.

Mais bien plus et mieux que cela, le passage à la société de l'information impose une éducation de nos médias, une formation continue. Perma-

nente. Que l'octroi et le renouvellement de la carte de presse et des licences puissent être assortis de formations obligatoires et garanties par l'Etat. Les contextes et les enjeux changent à une vitesse vertigineuse. Je voudrais recommander, Monsieur le Président, que l'Etat, dans le cadre d'une aide à la presse revisitée, mette en place un mécanisme de mise à niveau constante, afin que la presse puisse s'assurer un registre de culture générale performant, une maîtrise des concepts, idées, valeurs, enjeux, politiques et accords qui animent l'espace public global, national, mais aussi la cohésion de nos communautés et l'intimité de nos convictions personnelles, religieuses ou politiques.

Monsieur le Président, donnons-nous les moyens d'écartier l'ignorance, nous gérons les malveillances qui persisteront. Les lois changent plus vite que les comportements. Faisons le pari de la pédagogie. Il sera toujours temps de sévir. Le temps de la sanction n'est jamais loin.

### Autre chantier, la protection du jeune public / les enfants victimes de la Télévision

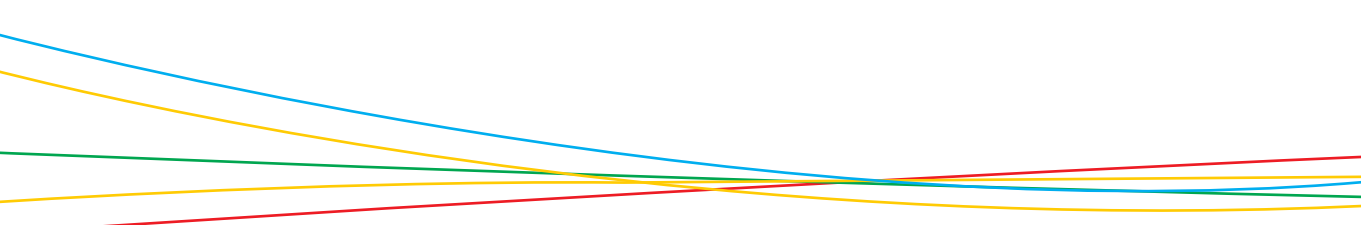
Les enfants, nos enfants, sont les premiers consommateurs de l'offre médiatique. Probablement premiers bénéficiaires et premières victimes tout à la fois.

Nous devons protéger nos enfants. D'une part, nous devons rendre les programmes audiovisuels plus sûrement éducatifs, d'autre part, nous devons prendre en charge les multiples vulnérabilités qui caractérisent nos jeunes aujourd'hui.

Nos enfants sont exposés Monsieur le Président. Les services psychiatriques de nos hôpitaux publics nous apprennent qu'un nombre croissant de très jeunes enfants leur est amené,

durablement déstructurés par la télévision. Nous devons agir.

Le CNRA a pris cette préoccupation et ce chantier à bras le corps depuis deux ans. Nous avons réuni, depuis octobre 2013, un panel divers et multidisciplinaire pour réfléchir et orienter le travail sur la protection du jeune public des divers écrans. Nous avons commandité un grand sondage national sur les usages et attitudes des mineurs devant la télévision. Vous pourrez trouver les résultats saillants de ce sondage dans le rapport 2014. Enfin, nous avons organisé des journées scientifiques sur le sujet. C'est là que neurochirurgiens, psychologues



cliniciens et pédopsychiatres de l'hôpital de Fann et de l'hôpital de Thiaroye nous ont démontré et documenté les cas de nourrissons d'un an, voire même six mois, précocement impactés par les écrans et le déficit d'encadrement de la consommation d'images.

Ils nous disent, d'ores et déjà, ce que sont les vulnérabilités et les dégâts neuropsychologiques sur les cerveaux en développement, de 6 mois à l'adolescence. Mais, ce que nous ne savons pas, c'est l'impact de ces troubles sur les adultes qu'ils seront et sur leur futur comportement dans la société. J'ai foi que vous, Monsieur le Président, ou personne dans cette assistance, ne laisserez nos enfants réduits en laboratoires du pire.

Nous devons anticiper et les protéger. C'est le rôle de l'éducation. Le CNRA est à l'œuvre pour mettre en place un système de signalétique opérant, techniquement, scientifiquement, légalement, professionnellement. Mais le chantier le plus important reste ouvert devant nous : éduquer les familles aux médias, car c'est dans les esprits du premier cercle que nous devons édifier les remparts de protection des jeunes, la première ligne de front de cette bataille.

Parlant de l'enjeu vital de la culture, le champ de notre représentation sera-t-il labouré avec notre vision ou avec une vision louée à grand

frais par des abonnements à des chaînes payantes, tuyaux ouverts sur les robinets de contenus exogènes ?

En somme, Monsieur le Président, j'invite à la création et à la mise sur pied d'un grand programme national d'éducation média : aux médias, des médias, par les médias. Dans la société de l'information et du savoir, nous ne voulons pas que les Sénégalais, que la société sénégalaise, vive sous le seuil de pauvreté informationnelle et culturelle. Le secteur des médias, aujourd'hui numérique, est un enjeu économique. Il est d'abord et surtout un futur autour duquel nous devons bâtir les remparts de notre identité, de notre immunité et de notre force culturelle.

Face à cette nouvelle frontière et ce futur à défricher, il faudra certes légiférer, et dans un esprit de bâtisseurs, mais il faudra surtout ouvrir et construire des espaces d'inclusion et de régulation.

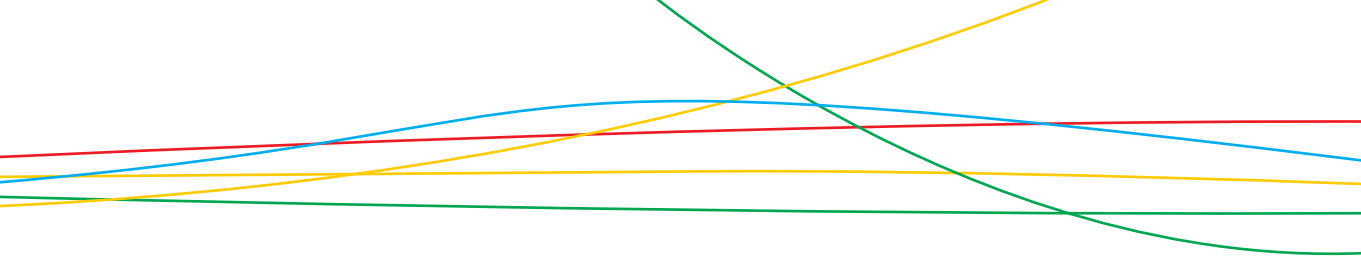
Ultimement, il s'agit du Droit à la Communication. Comme on le disait dans les années 80... « Un monde, des voix multiples ». Il nous faut préserver ce droit. C'est une valeur. Il faut trouver les idées, les voies et moyens de donner corps et préserver cette utopie politique et sociale, à côté de l'utopie technologique déjà bien en marche.

## Nous accueillons de nouvelles juridictions, de nouveaux outils

L'impact est déjà évident sur les conceptions juridiques de la communication. Internet et le numérique redéfinissent les modalités d'élaboration et d'application des normes encadrant la production et la diffusion. L'Etat-régulateur se voit soustraire des pans entiers de compétence et d'autorité. Citoyens et communautés inventent des normes nouvelles adaptées à leurs logiques propres et à moindre coût. L'enjeu de régulation du pluralisme dans l'environnement numérique porte sur la responsabilité et la co-régulation. Informer les acteurs de ce qu'ils peuvent faire et de ce qu'ils ne peuvent faire. Suggérer des

pratiques d'autorégulation dont les autorités seraient identifiées, identifiables, légitimes et porteuses de valeurs positives.

Saurons-nous faire naître, en 2015, une utopie, à la mesure de celle senghorienne du donner et du recevoir ? Du partage et de l'échange fécondant, sans perdre notre âme, nos repères, les valeurs fondatrices de notre civilisation. Assimiler sans être assimilés, en un mot voler le feu, tel Prométhée, afin de nous propulser aux premières loges du banquet de l'universel. Un rendez-vous à ne pas rater où les producteurs



de contenus, les créatifs, les originaux et les marginaux pourront mutualiser les ressources technologiques de production et de diffusion.

Ce rendez-vous marque le début d'un cycle. Comme tout début, il porte les signes d'un surinvestissement financier, d'un affaïssement des repères, de l'avènement de technologies révolutionnaires et accessibles, de formes nouvelles de contestation, d'émergence de

règles inédites. Toute cette activité finit d'annoncer la naissance, chez nous, de la société de l'information, basée sur l'information et la connaissance.

Idéalement, cette connaissance s'accompagnera de valeurs qui convoqueront autour de cette table prométhéenne des hôtes, tous sortis de la côte numérique d'Adam. Ou de sa pomme.





# ANNEXES

## GUIDE DES BONNES PRATIQUES 2013

### Comprendre pour avancer

#### Regard Croisé

#### Jeunes et médias, une relation aux multiples facettes

*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel  
Fédération Wallonie-Bruxelles  
[www.csa.be/documents/2139](http://www.csa.be/documents/2139)*

Le processus participatif d'élaboration du Plan Jeunesse 12-25 ans a mis à l'agenda d'un de ses groupes de travail l'image des jeunes dans les médias. Laurent Jauniaux, président de ce groupe de travail, et Catherine Demonty, qui y représentait le Conseil de la Jeunesse, commentent, sur base de cette expérience, leur vision de la relation entre jeunes et médias. Cette vision porte sur différents niveaux, qui nous permettent de décrire quatre facettes de la relation entre jeunes et médias. La première de ces facettes, celle qui, peut-être, prévaut dans l'esprit des médias, pose les jeunes comme un public-cible. C'est clairement dans cet objectif que les médias adaptent aujourd'hui leurs productions aux nouveaux modes de communication (Internet, Facebook, Twitter...), populaires auprès des jeunes. Parce qu'ils sont visés directement par ce foisonnement de produits et productions, il importe que les jeunes puissent les décoder et les organiser. Dans ses conclusions, le groupe de travail « image des jeunes dans les médias » du Plan Jeunesse a plaidé pour la définition d'une politique d'éducation aux médias (à tous les médias) à décliner dans les différentes politiques de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Catherine Demonty rappelle que les pistes avancées par les jeunes consultés sur ces propositions incluent notamment l'organisation d'un cours au sein du parcours scolaire ou l'instauration d'émissions de télévision consacrées à l'éducation aux médias. Par ailleurs, comme le souligne Laurent Jauniaux, les associations de jeunesse ou spécialisées peuvent également aider à « ouvrir les jeunes à des usages médiatiques diversifiés et de qualité ».

Deuxième facette au cœur de la relation « jeunes et médias », les jeunes sont un objet d'information. En tant que partie intégrante de la société, ils ont, en effet, le droit d'apparaître à l'écran. Et là, on peut dire que le bât blesse : outre le sentiment d'être sous-représentés, les jeunes estiment être souvent présentés comme auteurs ou victimes de faits divers. « L'image de la jeunesse relayée dans les médias correspond peu à la jeunesse que nous côtoyons quotidiennement » avance Laurent Jauniaux. Catherine Demonty confirme « Dans le sondage, il y avait une question sur « que pensez-vous de l'image des jeunes dans les médias ? ». 53 % pensaient qu'elle était nuancée, mais 33 % pensaient qu'elle était globalement négative ». Pour Laurent Jauniaux, les médias doivent prendre conscience de leur responsabilité sociale : il faut « sensibiliser les médias à l'impact de leur ligne éditoriale sur la représentation sociale de la jeunesse que cela crée dans la société ». Cet impact est d'autant plus fort que les jeunes sont en construction d'identité : « Les jeunes qui s'engagent dans un projet citoyen ont besoin d'une valorisation qui passe aussi par les médias. Cela permet de mettre en avant leur engagement et de le relayer positivement auprès du grand public ». Les jeunes eux-mêmes ne sont pas dupes lorsqu'ils disent, comme Catherine Demonty le relate, que « le fait que les jeunes soient peu médiatisés ou peu présents, c'est un peu parallèle à toute la société : il n'y a pas vraiment de place, de manière générale, dans la société pour les jeunes ». Ces jeunes appellent d'ailleurs les médias à « montrer des jeunes qui sont impliqués, des jeunes qui sont en train de faire des choses positives ».

Car, on l'oublie peut-être, les jeunes sont - troisième facette - aussi des sujets, capables d'une pensée autonome et originale sur l'information, qui peut apporter un plus à la réflexion. Encore faut-il que les médias pensent à leur donner la parole, et pas seulement sur des sujets liés à leur âge ou dans des émissions qui leur sont destinées. Laurent Jauniaux pointe : « Quand il y a des débats médiatiques sur des enjeux de société, pourquoi interroge-t-on toujours des représentants politiques, académiques et sectoriels de la question qui est en débat, et pourquoi est-ce qu'on ne demande pas l'avis des jeunes ? ». On pourrait opposer que les jeunes se médiatisent moins bien que des adultes. Mais « si on ne leur donne jamais les outils pour le faire, forcément, ils ne sauront pas le faire » contre-argumente Catherine Demonty. Parler dans les médias, cela s'apprend et pourrait faire partie intégrante de la politique d'éducation aux médias... Une autre manière d'apprendre les médias nous amène à la quatrième facette de cette relation jeunes-médias : la production médiatique. « Permettre

à un jeune de réaliser une production médiatique en insistant aussi sur la construction du discours médiatique, je crois que c'est un élément qui peut permettre aux jeunes, quand ils lisent un article de presse, quand ils voient un reportage à la télé, de décoder un certain nombre de choses qui ne sont pas visibles directement, et donc renforcer leur esprit critique », explique Laurent Jauniaux. Une des mesures du groupe de travail du Plan Jeunesse invite d'ailleurs les pouvoirs publics à soutenir les productions médiatiques des jeunes en leur offrant des canaux de diffusion mais également en soutenant les acteurs associatifs qui les accompagnent dans ce type de projets. Laurent Jauniaux poursuit : « il y a des associations, et notamment des associations de jeunesse, qui sont soutenues et qui font du bon boulot grâce à ce soutien, mais le monde des médias, c'est un monde où les choses évoluent tellement vite en termes de technologies innovantes, de nouveaux moyens de communication... qu'il faut suivre derrière, aussi financièrement, pour rester à la page dans cet accompagnement des jeunes ».



## Combattre les représentations négatives...

### Les clichés ont la vie dure

#### Regard Croisé

#### « TEL QUE JE SUIS... »

*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel  
Fédération Wallonie-Bruxelles  
[www.csa.be/documents/2139](http://www.csa.be/documents/2139)*

La question des stéréotypes sur les jeunes dans les médias audiovisuels a suscité de vives interventions au sein des groupes que nous avons rencontrés. Un post it, anonyme, déclare : « Les jeunes ne sont pas tous mauvais. Nous aussi, les jeunes, on fait des choses bien. On en vaut la peine ! ». Dans un autre groupe, Martin insiste : « Je souhaite déjà que les médias me représentent... et dans un second temps, qu'ils me représentent tel que je suis » ! La réactivité des jeunes à ce sujet a remis en cause un premier préjugé selon lequel ils n'auraient pas d'avis et ne s'intéresseraient pas à l'image que les médias renvoient des jeunes.

Même s'il est difficile pour certains jeunes de percevoir dès le premier visionnage la violence ou le parti pris de certains reportages, le décryptage du discours et du contenu de l'image montre combien, souvent, elle les stigmatise et est porteuse de jugement à leur endroit. Rien d'étonnant qu'ainsi distillée, cette mise en image des jeunes joue inévitablement sur la perception qu'en ont les téléspectateurs. Les échanges ont fait surgir des observations communes à tous les groupes, signe qu'elles sont profondément partagées : d'abord la prééminence de certains thèmes souvent associés à la jeunesse, dont notamment celui des drogues, de l'alcool, des conduites dangereuses et/ou violentes... ou à l'extrême inverse, celle de l'image du gentil scout en camp, de l'écolier en classe... Plus que le sujet, c'est sans aucun doute la manière employée par les médias, souvent caricaturale, qui est au cœur des débats. Les jeunes intervenants ont en effet souligné cette propension de la presse audiovisuelle à « mettre tout le monde dans le même sac » lorsqu'elle parle d'eux négativement pour reprendre les mots d'un jeune du Collège Saint Barthélemy à Liège. Ensuite, et au regret de bon

nombre de jeunes interrogés, certaines de leurs actions ne suscitent pas d'intérêt médiatique. Ainsi en est-il des initiatives constructives et valorisantes prises par les jeunes, de leur engagement dans des mouvements ou projets de société. « J'aimerais que les médias me représentent comme un acteur de diversité culturelle et de vivre ensemble » relève Mathy. Ou « comme quelqu'un d'engagé » ajoute Amandine. Un avis partagé par d'autres jeunes impliqués dans des projets d'associatifs.

En prolongement de ce constat, les jeunes se sont interrogés sur le pourquoi de tels clichés : besoin de sensationnel, de faire de l'audience : « Il y a plein de jeunes qui font des trucs bien (...) mais on montre juste le côté négatif à la télé, parce que c'est ce qui intéresse les gens » avance une jeune fille du Collège Saint St Barthélemy. C'est surtout le dialogue entre les jeunes sensibilisés aux techniques des médias audiovisuels qui conduit enfin à souligner la responsabilité et l'importance du rôle des médias audiovisuels. Il ne peut y avoir de transformation des représentations collectives sur la jeunesse sans qu'émerge dans le chef des professionnels de l'information une réelle volonté de donner une image des jeunes qui leur corresponde. Dans l'ensemble, les interventions des jeunes convergent vers la nécessité d'entamer une réflexion critique sur la question des stéréotypes véhiculés autour de la jeunesse. Une démarche qui devrait idéalement rassembler l'ensemble des acteurs, qu'ils soient journalistes, politiques, enseignants ou acteurs du monde associatif. Les jeunes espèrent tous voir naître de nouvelles initiatives qui verront les préjugés balayés pour mettre en lumière leurs réalités et surtout leurs potentialités.



## RESSOURCES WEB

Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC)  
[www.acran.org](http://www.acran.org)

Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA)  
[www.uemoa.int](http://www.uemoa.int)

Organisation de la Coopération Islamique (OCI)  
[www.oic-oic.org](http://www.oic-oic.org)

Réseau francophone des Régulateurs des médias (REFRAM)  
<http://refram.org>

Conseil supérieur de la Communication, Burkina Faso (CSC)  
[www.csi.bf](http://www.csi.bf)

Haute Autorité de la Communication audiovisuelle, Maroc (HACA)  
[www.haca.ma](http://www.haca.ma)

Conseil supérieur de l'Audiovisuel, France (CSA)  
[www.csa.fr](http://www.csa.fr)

Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications canadiennes (CRTC) Canada  
[www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca)

Observatoire sur les Systèmes d'Information, les Réseaux et les Inforoutes au Sénégal  
<http://www.osiris.sn>

Groupe Expo Carrefour Afrique « EXCAF »  
[www.excaf.com](http://www.excaf.com)

Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO)  
[www.unesco.org](http://www.unesco.org)

Union internationale des Télécommunications (UIT)  
[www.itu.int](http://www.itu.int)

ARTICLE 19  
[www.article19.org](http://www.article19.org)

# TABLE DES MATIÈRES

<b>EDUQUER AUX MEDIAS PAR BABACAR TOURE, PRESIDENT</b> .....	4
• <i>Présentation du Conseil</i> .....	8
• <i>L'Assemblée du CNRA</i> .....	10
• <i>Extrait de la loi portant création du CNRA</i> .....	12
<b>ACTIVITES STATUTAIRES</b> .....	14
<i>I - Activités du Conseil</i> .....	16
<i>II - Plaintes, saisines, auto-saisines</i> .....	22
<i>III - Avis trimestriels</i> .....	26
<i>IV - Le paysage médiatique audiovisuel sénégalais</i> .....	39
<i>V - Constats sur l'évolution de la mission</i> .....	40
<b>ACTIVITES PROSPECTIVES SUR LES QUESTIONS DE SOCIETE</b> .....	42
• <i>Atelier sur les séries TV/sketches</i> .....	44
• <i>Suites projet protection jeune public</i> .....	60
• <i>Quatre groupes de travail sur les questions de société</i> .....	65
<b>RECHERCHE &amp; DEVELOPPEMENT</b> .....	66
• <i>La représentation de la diversité dans les médias audiovisuels sénégalais : un chantier encore vierge</i> .....	68
• <i>Sémiologie et médias télévisuels au Sénégal</i> .....	70
<b>REGULATION DES CONTENUS</b> .....	72
• <i>Etat de la liberté d'expression : Pluralisme et diversité</i> .....	74
• <i>L'existant, l'offre actuelle</i> .....	77
<b>MONITORING</b> .....	80
• <i>Monitoring du pluralisme</i> .....	80
• <i>Un outil précieux pour rationaliser l'économie des médias</i> .....	82
• <i>Les métiers de la rogrammation</i> .....	86
<b>TRANSITION VERS LE NUMERIQUE</b> .....	88
• <i>A l'heure de la bataille des contenus</i> .....	90
<b>PAROLES D'ACTEURS SUR LA PROMESSE DU CONTENU</b> .....	92
<b>LA NECESSITE DE L'EDUCATION AUX MEDIAS</b> .....	94
<b>ANNEXES</b> .....	100
• <i>Lectures</i> .....	102
• <i>Ressources web</i> .....	105





Immeuble Tamaro - 10<sup>ème</sup> Etage, Rue Mohamed V X Jules Ferry  
Boîte Postale : 50059 - Dakar RP  
Tel.: + 221 33 849 52 52 - Fax : +221 33 821 86 14  
cnra@cnra.sn - www.cnra.sn