



République du Sénégal
Un Peuple - Un But - Une Foi



Vers une nouvelle société médiatique

Les grands chantiers



RAPPORT
ANNUEL
2014



Un nouveau rapport à l'audiovisuel

Les esprits de nos enfants ont besoin de nourriture, de rêve et de protection

Mars 2015

SOMMAIRE

Repenser le pluralisme.....	4
Présentation du Conseil.....	8
Rapport d'activités.....	14
Pluralisme et liberté d'expression.....	44
Modernisation du monitoring.....	50
Monitoring en période électorale.....	56
Réseau international des régulateurs.....	58
Régulation et égalité homme-femme.....	60
Technologie et financement du passage au numérique.....	66
Protection du jeune public.....	78
Défis et projections.....	88
Paroles d'acteurs.....	94

Repenser le pluralisme

« Liberté ! En toutes choses, justice et ce sera assez de liberté » suggère Joseph Joubert, moraliste de l'époque de la Révolution française.

La télévision, la TNT nous mettent face à nos quêtes et aspirations de liberté. Certains diront valeurs et démons qui souvent cheminent ensemble, malice en bandoulière. La liberté est au cœur du fonctionnement de l'industrie des médias. Comme il se doit, elle est une valeur turbulente, vivante, fragile, fugace et partagée.

Le 17 juin 2015, la télévision au Sénégal, à l'instar de tant d'autres télévisions, passera au tout numérique. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a consacré une bonne partie de 2014 à préparer cette échéance, à préparer le basculement technologique. Le chantier est bien avancé dans le calendrier de travail et nous pouvons dire en confiance que nous entrerons dans l'ère du numérique. L'enjeu est non négligeable et il est important de l'envisager sous tous les aspects que demande la société.

Oui, au 17 juin 2015, nous dominerons la technologie. Mais il nous restera à dompter la sociologie de cette transition. Il nous restera le grand chantier de redéfinition d'une identité, d'un rôle et d'un futur pour le paysage médiatique du Sénégal de 2015. Redéfinir une utopie. Cela est certes une grande affaire, mais ne sera certainement pas la première dans notre histoire humaine. La société agraire a su générer son organisation, la société industrielle a su créer sa révolution. La société de l'information n'a nulle raison de rater cette marche. Tout au plus somme nous sous la pression d'une accélération.

C'est un exercice périlleux et bénéfique que celui d'imaginer le futur de notre paysage médiatique, celui-là même qui devra chaque jour nous proposer une représentation de nous-mêmes. Selon quels principes nous projeter dans nos espaces respectifs, afin de mieux nous situer dans la réalité globale contemporaine ? L'exercice est intellectuellement et politiquement séduisant. Périlleux en ce



sens que la probabilité d'arriver à une définition unique est non seulement infime, mais, plus important, nous ne la souhaitons même pas, tant la diversité est la raison même d'exister de ce secteur.

Enfin, c'est un exercice bénéfique car c'est désormais une pratique ancrée et salubre de notre jeune démocratie que de nous prêter à ce test difficile, exigeant, voire impossible, mais très nécessaire. Tenter -à défaut de nous définir de manière uniforme- de nous compter, inventorier les conceptions de soi qui se rencontrent et se confrontent dans l'espace public pour libérer la parole, partager les savoirs et démocratiser l'accès à l'outil de communication. Renouveler l'expérience comme une exigence philosophique et politique de la quête démocratique, mais aussi remettre encore une fois l'ouvrage sur le métier dans une époque où les principes de la coexistence des expressions communautaires, commerciales, publiques dans l'espace médiatique sont soumis à un rude questionnement. **La clé de la cohabitation sera-t-elle la quête d'une utopie politique et sociale ou la poursuite d'une utopie technologique ?** Et dans ce contexte, l'identité et le rôle des uns et des autres sont déterminants pour répondre à la question. L'enjeu est, de fait, toute la puissance et

Par Babacar TOURÉ

Président du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel

la fragilité que recèle la diversité. Pourvu que nous osions la chérir et chercher à lui redonner son rôle et sa place dans un contexte en mutations rapides et profondes.

La société sénégalaise a le mérite d'avoir conquis et construit, dans le demi-siècle écoulé, un paysage médiatique pluriel. Différentes formes d'expression cohabitent avec des fortunes sociales et économiques diverses. Les heurs et malheurs de la quête de diversité ont parfois pris la forme de prédatons politiques ou économiques. Tant bien que mal, le paysage s'est construit et sédimente. Tant bien que mal, il survit, informe, anime, participe à la construction nationale, par la seule et farouche volonté de faire entendre la voix de chacun, faire progresser la justice sociale et émerger une conscience citoyenne.

C'est adossé à cet acquis que nous revisitons ce supplément d'âme : « **il faut que l'espoir demeure toujours la priorité** ». Ce n'est pas peu dans un contexte de redistribution des ressources et de refonte des valeurs.

Droits, attentes de la société et rôle des politiques publiques

Depuis les essais de Marconi à la fin du 19^e siècle et avant de connaître les constructions sur le modèle Berlusconi- la radiodiffusion a bien évolué, sur les plans technologique et politique. En près de 100 ans, la radiodiffusion a sûrement amorcé et tracé la marche vers la démocratisation de la communication sociale. Aujourd'hui, nous allongeons le pas jusqu'au numérique qui démocratise jusqu'à individualiser la communication. C'est bien, mais il est crucial de revisiter le rôle, la place et la responsabilité de l'information, du média. Le sens et le rôle de la médiation, soit professionnelle, soit communautaire. Réaffirmer la valeur que nous donnons au lien social qu'offre la médiation.

La mission que nous lui assignons. « **La radio associative a un rôle essentiel dans une société en crise, elle doit rester un secteur innovant et créatif, il en va de sa survie et de la pluralité** » peut-on lire dans un article publié par la Confédération Nationale des Radios Associatives de France (l'autre CNRA) en novembre 2011. Enorme responsabilité sociale et politique qui s'accompagne de besoins colossaux en contenus et formation.

Les enjeux sont d'inviter 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.

Et pendant que tous ces défis essentiels restent à relever, est déjà dressée devant nous la nouvelle frontière de la transition vers le numérique.

Transition au numérique, pluralisme et accès à l'information

Le numérique est arrivé pour tous. Médias commerciaux, communautaires ou de service public. Sous toutes les latitudes. Quelles modalités de transition au numérique pour l'audiovisuel sénégalais ? Les enjeux sont technologiques, financiers, organisationnels, politiques, professionnels, philosophiques.

Certains ont tôt soulevé les questions clés et livré le plaidoyer pour une transition au numérique qui garantisse le pluralisme et l'accès à l'information. Car là est bien l'enjeu : la question politique et sociétale du pluralisme, de la concentration, de l'existence des petits médias et de la protection de la diversité, du contrôle des contenus.

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.

Nouvelles juridictions, nouveaux outils

L'impact est déjà évident sur les conceptions juridiques de la communication. L'Internet et le numérique redéfinissent les modalités d'élaboration et d'application des normes qui encadrent la production et la diffusion. L'Etat, le régulateur cèdent 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.

Concernant l'espace national de production et diffusion numériques, un défi était la capacité de monitoring. Le CNRA l'a relevé en réalisant le chantier du nouveau système de monitoring qui permet de procéder à une supervision moderne, outillée et

professionnelle des productions et diffusions des radios et télévisions de notre espace.

Afin de doter cet outil et cette capacité de monitoring d'un périmètre de sens, le CNRA a mis en place un groupe de travail dédié notamment au monitoring du pluralisme. Leurs travaux et réflexions donneront au Conseil une base d'anticipation du futur proche qui se dessine. Nous envisageons les principes et outils à mettre en œuvre pour accompagner et préserver le pluralisme. Monitoring du pluralisme de l'activité médiatique, baromètre du pluralisme et de la diversité, du patrimoine et de la créativité. La réflexion est ouverte sur les indicateurs pour mesurer et apprécier le concert de voix qui inventera notre futur commun.

Saurons-nous faire naître, en 2015, une utopie senghorienne du *donner et du recevoir* ? 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 affaissement 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 les données 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.



PRÉSENTATION DU CNRA



Présentation du Conseil

L'ASSEMBLÉE DU CNRA



PRESIDENT

Babacar TOURE

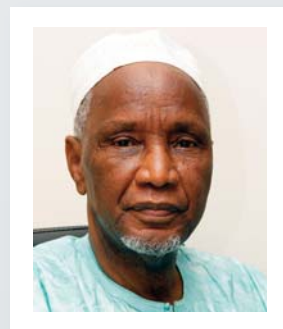
*Journaliste,
Entrepreneur de presse*

MEMBRES DU CONSEIL



Jeanne LOPIS SYLLA

Linguiste, Chercheur



Mohamed Fadel DIA

Professeur à la retraite



Jean Meïssa DIOP

Journaliste



Sokhna BENGA

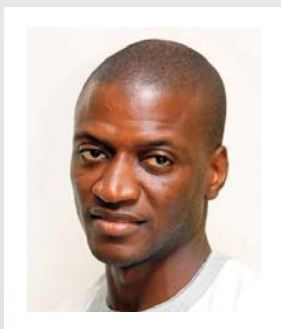
*Ecrivain, Juriste
Administrateur des
affaires maritimes*

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



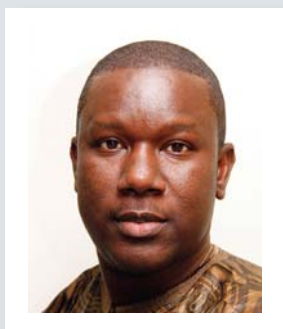
Caroline Agathe THIAM

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*



Marie Ndiaye NGOM

Secrétaire exécutif

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 décret par le Président de la République, sur recommandation du Président du CNRA. Ce mandat n'est ni renouvelable, ni révocable. 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.

Présentation du Conseil

COMPETENCES, 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 de 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

programmations 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 étant 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 de 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 de 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.



RAPPORT D'ACTIVITES



Activités statutaires



• Activités du Conseil

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. Ces rencontres des membres de l'Assemblée sont régies par la loi n°2006- 04 du 4 janvier 2006, en son article 19 alinéa 1.

Au cours des 26 réunions statutaires de l'année, l'Assemblée prend 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.

• Monitoring

Le CNRA a procédé, en avril 2014, à la modernisation de son système de monitoring pour faire face aux enjeux actuels de la convergence technologique.

Acquis auprès des services de la HACA, instance de régulation du Maroc, ce nouveau système de monitoring des programmes audiovisuels facilite l'exploitation des contenus pour s'assurer du

respect par les éditeurs de contenus de leurs engagements contractuels et disposer, à tout moment, de la physionomie et des caractéristiques du paysage audiovisuel du Sénégal. D'où un renforcement de la régulation. Le nouveau système de monitoring donne un accès facile aux contenus et un système de suivi en temps réel de 17 télévisions et 20 radios. à l'heure de la transition numérique.

Dans le souci de veiller à la qualité des programmes proposés au public, le système a permis de relever des problèmes et insuffisances dans l'offre de contenus audiovisuels qui sont entre autres :

- 1 - la diffusion de manifestations d'humeurs ou autres mouvements de contestation avec des propos menaçants, voire carrément violents ;
- 2 - la diffusion de clips et de danses obscènes ou érotiques (danse « Bombass, entre autres), ainsi que d'images pornographiques et homosexuelles ;
- 3 - les cas d'atteinte à la dignité et à l'intégrité de citoyens cités dans des émissions sans leur donner l'opportunité d'apporter des clarifica-

- tions sur des interpellations ou allégations tenues contre leur personne ;
- 4 - les déclarations et autres reportages sur des sujets sensibles pouvant affecter l'intégrité du territoire et la cohésion nationale;
 - 5 - le non-respect des Institutions de la République, de la vie privée et de la dignité de citoyens ainsi que l'appel à la désobéissance civile ;
 - 6 - les émissions de voyance et de thérapie faisant la promotion de « *tradipraticiens* » et de « *médicaments* » dans les programmes des médias audiovisuels ;
 - 7 - la diffusion d'images choquantes, notamment de dépouilles mortelles, pouvant heurter certaines âmes sensibles ;
 - 8 - l'organisation d'émissions de débats, souvent très houleux et peu civilisés, avec certains dérapages regrettables;
 - 9 - les images et reportages sur la drogue et autres substances nocives ;
 - 10 - les habillements indécents de certains artistes relayés par les médias ;
 - 11 - le reportage sur un appareil électrique que certaines femmes utilisent pour avoir du plaisir ;
 - 12 - la mise en cause de certains médias dans le comportement des jeunes ;
 - 13 - les nombreux sketches et spots publicitaires diffusés par presque tous les médias durant le mois béni de Ramadan, particulièrement à l'heure de la rupture du jeûne ;
 - 14 - les violations manifestes du Code électoral, pendant la période de campagne électorale pour les locales du 29 juin 2014, notamment :
 - les offres publicitaires commerciales de promotion et de propagande électorales ;
 - les publiereportages et les insertions publicitaires au profit de certains candidats ou listes de candidats ;
 - les déclarations et autres manifestations de soutien à des candidats, à des listes de

candidats ou à des responsables de partis politiques ;

- les ruptures notoires de l'équilibre et de l'équité dans le traitement de l'information.

• Diffusion des Avis trimestriels

Dans les dispositions de la loi portant sa création, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel publie, à la fin de chaque trimestre, un Avis donnant des indications sur les déséquilibres et/ou sur le non-respect du pluralisme et autres dispositions du cahier des charges 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. Les manquements observés dans les médias sont relevés dans les Avis trimestriels dans lesquels des rappels à l'ordre sont formulés pour inviter les opérateurs au respect des cahiers de charges. Il convient de souligner que la nouvelle équipe du CNRA promeut une approche pédagogique pour parer à toutes dérives.

[Les quatre Avis trimestriels diffusés en 2014 sont en annexe de ce rapport.](#)

• Traitement des plaintes des usagers et opérateurs

Le Conseil offre à chaque citoyen l'opportunité de le saisir sur les contenus audiovisuels en cas d'éventuel manquement aux dispositions législatives et réglementaires réagissant les médias audiovisuels. L'instance de régulation peut également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérer. En 2014, le Conseil a reçu un certain nombre de plaintes portant sur les programmes audiovisuels. La particularité cette année réside dans les différents profils des usagers qui ont saisi le CNRA. Il s'agit entre autres d'autorités étatiques, d'avocats, de représentants de la société civile, de représentants du mouvement syndical, de parlementaires.

Les motifs invoqués par les téléspectateurs portent essentiellement sur :

- la diffusion de scènes en porte-à-faux avec les valeurs morales et religieuses de la société sénégalaise ;
- la représentation d'enfants en situations inappropriées telles que la consommation d'alcool ;
- les atteintes à la pudeur, l'exposition de nudités corporelles ;
- le traitement grossier et/ou violent des activités de lutte ;
- les émissions et propos grossiers ou insolents ;
- les pratiques de désinformation ;
- le traitement déséquilibré des affaires judiciaires dans une logique accusatoire ;
- la question de la protection des droits télévisés des manifestations sportives ;
- les fautes dans la transcription du wolof ;
- les contenus de peu d'utilité pour les téléspectateurs ;
- la publicité pour le tabac ou les jeux d'argent ;
- la question de la médecine traditionnelle.

Le CNRA accorde un traitement particulier à chacune de ces interpellations. Après enquête, consultation des services juridiques et délibération, le CNRA rend 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 d'application de la sanction prévue.

• Mises en demeure

Face aux dysfonctionnements qui montrent l'ignorance ou l'inobservation de la loi, le CNRA émet des mises en demeure pour enjoindre aux opérateurs de veiller au respect des dispositions de la loi, des cahiers de charges et conventions régissant le secteur. Si l'opérateur ne se

conforme pas à cette mise en demeure, le CNRA peut prononcer une suspension, une sanction pécuniaire.

A la suite du constat des manquements avérés à cette obligation, le Conseil a mis en demeure huit opérateurs audiovisuels au titre de l'année 2014. Toutefois, les opérateurs saisis ont généralement donné une suite positive et rapide aux rappels à la légalité, en suspendant la diffusion d'émissions ou de publicités incriminées, sans délais.

• Difficultés rencontrées

L'instance de régulation mobilise ses services placés sous l'autorité du Président pour remplir convenablement sa mission de veille du respect des lois par les responsables des médias. Toutefois, face à la convergence technologique et la transition vers le numérique, les enjeux de régulation sont accrus. Pour parer aux éventuelles dérives, le CNRA se doit de renforcer sa capacité organisationnelle avec la mise sur pied de nouvelles directions en son sein.

La régulation devient un métier en soi et une spécialité pluridisciplinaire. Cette compétence requiert de renforcer les capacités en ressources humaines en créant une direction des affaires juridiques, une direction de la prospective et développement des médias, une direction des relations extérieures, une direction du service informatique et une direction de la recherche et de la documentation. De tels services constitués de spécialistes pourraient tirer des données de base et des analyses fines pour orienter les travaux et recommandations du Conseil vers les enjeux actuels de la régulation.

Le CNRA doit pouvoir assurer sa mission à l'intérieur du pays grâce à des antennes régionales.

Enfin, il est tout aussi important, pour préserver la liberté de l'audiovisuel et faire reculer les contenus illicites et inappropriés, d'élargir les champs d'intervention du Conseil.



Avis trimestriels 2014

ENCORE UN EFFORT !

En 2014, comme pour les années précédentes et conformément à l'article 14 de la loi no 2006-04 du 4 janvier portant sa création, le CNRA a publié, à la fin de chaque trimestre, un avis donnant des indications sur les « déséquilibres et/ou le non respect du pluralisme » dans les médias audiovisuels sur la période écoulée, et de manière générale sur tous les dysfonctionnements constatés dans le secteur. Les quatre avis dont les textes sont reproduits ci-dessous montrent à l'évidence qu'il y a encore beaucoup à faire et que cet effort relève certes des éditeurs de presse mais également des acteurs politiques, des représentants de la société civile et de manière générale de l'ensemble de la collectivité, tant il est vrai que la régulation est une œuvre collective qui interpelle les différentes composantes de la société.

Les observations relevées au cours de l'année 2014 ont mis tout particulièrement l'accent sur quatre rubriques principales :

1. Le respect du pluralisme politique et des institutions de la République :

Cette exigence a été mise à l'épreuve par la tenue d'élections locales au cours du 2e trimestre de l'année et explique que l'avis publié pendant cette période ait été exclusivement consacré à cet événement. Les élections ont en effet été l'occasion de recenser un certain nombre de dysfonctionnements qui sont le fait des acteurs politiques eux-mêmes et des éditeurs de presse qui, souvent, ont manqué à leurs responsabilités. Ces manquements ont été constatés tant au cours de la précampagne que pendant la campagne électorale et quelquefois au-delà de la clôture officielle de celle-ci, dans les médias publics et privés, dans la presse écrite et les médias audiovisuels y compris les sites d'information, sur les chaînes commerciales et les radios communautaires, chez la majorité comme chez l'opposition... Ils se sont traduits par des propagandes déguisées, l'usage abusif ou inapproprié de publiereportages, de bandeaux ou d'insertions publicitaires et jusque dans les revues de presse .

Dans l'exercice de sa mission de supervision médiatique du processus électoral, le CNRA a rencontré quelques difficultés du fait de la complexité du suffrage (multiplicité des listes, inexistence de temps d'antenne) et de l'absence de moyens spécifiques pour le suivre. Néanmoins et en

s'appuyant tout particulièrement sur son nouveau système de monitoring aux capacités élargies, il a pu s'acquitter de sa tâche, rappeler à l'opinion les règles concernant les conditions de production de programmation et de diffusion des émissions, publier des communiqués de presse sur les cas les plus litigieux, servir des avertissements aux fautifs et, lorsque la situation l'impose, leur adresser des mises en demeure.

Mais la mission du CNRA s'exerce aussi en dehors des élections et l'a conduit à relever, dans son dernier avis trimestriel notamment, des entorses au droit du public à une information plurielle et à l'équilibre dans le traitement de l'information dans les médias d'Etat, à condamner la surmédiatisation du traitement des affaires judiciaires et la diffusion de propos séditieux tenus par des hommes politiques et qui peuvent porter atteinte aux institutions, à l'unité nationale et à l'ordre public.

2. La déontologie de l'information et des programmes :

Le CNRA a constamment mis l'accent sur sa vocation pédagogique et privilégié le dialogue pour amener éditeurs et journalistes à se conformer aux dispositions contenues dans les cahiers de charge qui régissent l'audiovisuel. Mais c'est à l'éditeur d'abord

qu'incombe cette tâche car il est responsable de ce qu'il diffuse, il est le seul garant des propos tenus sur ses antennes et sur ses chaînes.

A de multiples reprises, en 2014, le CNRA a tenu à rappeler aux éditeurs, et à travers eux aux journalistes, les règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et les a invités à respecter les normes des émissions et à ne pas transformer leurs outils en instruments de propagande. Il a relevé deux formes de dérives de plus en plus courantes :

- la perversion de certaines « revues de presse » et les dérapages qu'elles occasionnent en usant de flagornerie, racolage ou règlements de comptes avec des personnalités ou des institutions, ou en heurtant la sensibilité de certaines composantes nationales ;
- la prolifération d'une forme de publicité souvent déguisée ou clandestine (avec la complicité des animateurs), quelquefois illégale (publicité médicale) ou trompeuse (voyance, tradipraticiens, jeux etc)...

3. La représentation de la diversité culturelle et religieuse :

Les articles 9 et 16 de la loi portant création du CNRA appellent au « respect de l'unité nationale et du caractère laïc de la République dans le contenu des messages audiovisuels » ainsi qu'à la « préservation des identités culturelles ». C'est en se fondant sur ces principes que le CNRA a sanctionné dans ses avis les propos pouvant choquer les convictions religieuses ou philosophiques des téléspectateurs et des auditeurs et qui pourraient porter atteinte à l'ordre public. Il a appelé les journalistes à faire preuve de professionnalisme et de culture, à éviter toute stigmatisation, à s'abstenir de traiter avec légèreté des questions concernant les minorités culturelles ou ethniques et les hôtes étrangers.

4. La protection de la jeunesse :

C'est l'une des priorités du CNRA. Tout ce qui peut porter préjudice aux mineurs (violence verbale ou physique, y compris dans le sport, actes de cruauté ou d'obscénité, manipulation, instrumentalisation et pression publicitaire, etc. doit être écarté du regard des jeunes et des personnes vulnérables en général. Le CNRA a donc appelé souvent les éditeurs de télévision à prendre les dispositions nécessaires pour que les enfants ne soient pas agressés aux heures de grande écoute, dispositions qui peuvent varier selon le genre ou la nature des émissions (documentaires, fiction, etc.) et selon les conditions de diffusion (direct, différé).

Conclusions

L'examen, dans le détail, des quatre Avis qui suivent démontre le caractère récurrent des manquements observés quotidiennement sur nos radios et télévisions. Les avertissements ou rappels à l'ordre adressés par le CNRA aux différents médias se révélant quelque fois insuffisants, l'institution pourrait, après deux années d'observation, prononcer des sanctions plus fermes. Pour que ses avis soient plus dissuasifs, le CNRA devrait, notamment après le passage au numérique, bénéficier de compétences plus élargies, tant au plan de son champ d'action que de ses fonctions statutaires.

Avis trimestriel - Janvier, février, mars 2014

DYSFONCTIONNEMENTS, MANQUEMENTS ET RECOMMANDATIONS

Le suivi de la programmation audiovisuelle du premier trimestriel de l'année 2014, à partir d'un échantillonnage des services de monitoring du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel laisse constater des Dysfonctionnements et manquements récurrents.

L'Assemblée du Collège des Conseillers du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, après en avoir délibéré en sa séance du 8 mai 2014, rend public le présents avis trimestriel.

I - Dysfonctionnements et manquements

Les dysfonctionnements et manquements relevés concernent les points ci-dessous énumérés :

1. Des émissions de voyance, avec l'utilisation de serveur surtaxé sans indication de coûts à l'écran, au cours desquelles les animateurs prétendent répondre aux questions de toute nature du public.
2. La récurrence des jeux avec des serveurs et/ou des sms faisant appel à tout public, notamment le public jeune et sans informations fiables sur les conditions qui gouvernent l'organisation de ces jeux ; l'étalage et la distribution de billets de banque et divers autres produits dans des émissions de plateau.
3. La publicité par des médecins professionnels d'entreprises et de services médicaux avec affichage à l'écran des tarifs associés à des moyens de paiement par transfert, des prestations en violation de la loi, de l'éthique, de la concurrence, de la déontologie médicales.
4. Des émissions à caractère médical qui traitent de thématiques et de concepts dont la manipulation relève de professionnels et dont la sensibilité préfigure de dangers pour la santé des populations.
5. De la surmédiasation 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 causes.
6. Le traitement à la limite de la légèreté de questions relatives à la diversité culturelle, particulièrement celles qui concernent des minorités ethniques dont les us et coutumes, mal compris ou mal expliqués, peuvent conduire à des appréciations préjudiciables à la cohésion nationale.

7. Les émissions et programmes de divertissement, marqués par les danses obscènes, qui occupent l'antenne à longueur de journée.
8. Des émissions qui relayent la violence dans le sport, particulièrement lors des « face à face » d'avant combats de lutteurs. La violence atteint des proportions qui se manifestent notamment par des affrontements entre équipes de reportage rivales et concurrentes (exemple : SEN Tv et TFM).
9. Les images de corps mutilés et/ou en putréfaction reprises des chaînes étrangères à la faveur de reportages dans des zones de conflit (Centrafrique, Irak, Syrie Afghanistan). Ces télévisions, occidentales pour la plupart, se gardent bien de montrer des images de soldats ou d'otages originaires de leurs pays dans certaines conditions dégradantes.

II - Recommandations

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel formule des recommandations dans le but de corriger les dysfonctionnements et manquements constatés :

1. Le contenu des programmes audiovisuels ne doit pas contribuer à maintenir le public dans l'obscurantisme. L'orientation éducative attendue exclut d'exposer la cible des émissions à des manipulations de gourous qui exploitent la crédulité et la faiblesse de la capacité de discernement de nombre de téléspectateurs. L'utilisation mercantile de ce type d'émission renseigne sur la recherche de gain qui constitue la motivation essentielle de leurs concepteurs. Les chaînes de télévision devraient s'abstenir de servir de tribune à des pratiques de cette nature.
2. Le code de déontologie médicale ne tolère aucune forme de publicité aux professionnels du secteur. Il interdit également que des individus se prévalent de la qualité de professionnel du secteur de la santé sans en avoir les qualités ou les qualifications requises. L'aménagement dans les grilles de programmes de télévisions d'émissions à caractère médical, animées par des personnes qui ne remplissent pas les conditions requises, expose le public à de graves dangers d'ordre sanitaire et les animateurs à des poursuites pénales. La sensibilité des questions traitées interpelle la responsabilité des éditeurs de programmes audiovisuels. Ces derniers doivent veiller à la nécessité de préserver le public de pratiques à risques sur la santé publique.
3. Le cahier des charges applicable aux éditeurs de programmes audiovisuels organise les conditions dans lesquelles le traitement médiatique des affaires judiciaires doit se faire. Aux termes de l'article 18 « la diffusion d'émissions,

d'images, de propos ou de documents relatifs à des procédures judiciaires ou à des faits susceptibles de donner lieu à une information judiciaire nécessite qu'une attention particulière soit apportée :

- d'une part au respect de la présomption d'innocence, c'est-à-dire qu'une personne non encore jugée ne soit pas présentée comme coupable ;
- d'autre part au secret de la vie privée et à l'anonymat. »

La même disposition enjoint l'éditeur de veiller, lorsqu'une procédure judiciaire en cours est évoquée à l'antenne, « à ce que :

- l'affaire soit traitée avec mesure, rigueur et honnêteté ;
- le traitement de l'affaire ne constitue pas une entrave caractérisée à cette procédure ;
- le pluralisme soit assuré par la présentation des différentes thèses en présence, en veillant notamment à ce que les parties ou leurs représentants soient en mesure de faire connaître leur point de vue. »

Les joutes oratoires heurtées et les accès de violences verbales préparent le terrain à des comportements de violences physiques, d'incivisme et de vandalisme relayés par des médias dont les animateurs auront chauffé à blanc l'opinion, monté des radicalismes politiques à l'approche des élections locales et à la faveur de certains événements judiciaires. Les télévisions et radios devraient s'abstenir d'en servir de réceptacle.

4. La prolifération croissante des jeux de toute nature proposés par les médias audiovisuels peut mener certaines couches de population à une dépendance dont il est difficile de se défaire et dont les conséquences sont néfastes tant pour le joueur que pour son entourage. Elle incite le public à une course effrénée au gain aléatoire grosse de toutes les dérives.

5. L'article 7 de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du CNRA consacre le principe de la diversité des identités culturelles. La construction de notre jeune nation requiert le respect et la préservation de toutes les composantes qui en assurent sa richesse et sa pluralité.

Les initiatives des chaînes de télévision qui visent à les faire découvrir sont à saluer et à encourager. Elles ne doivent pas, cependant, conduire à des commentaires d'animateurs ou de journalistes qui étalent leurs méconnaissances de certaines pratiques culturelles et dont les propos peuvent heurter la sensibilité de certains

publics. Les nations reposent sur des équilibres fragiles. Les éditeurs de programmes audiovisuels doivent veiller à concevoir des émissions dont l'impact positif participe au renforcement de la cohésion nationale.

6. Les télévisions doivent proscrire la diffusion de programmes de nature à promouvoir des pratiques et pathologies sociales néfastes et corruptogènes.

Il en est ainsi des scènes d'exhibitionnisme et de gabegie dont l'indécence jure avec la situation de précarité économique de la majorité des sénégalaises et sénégalais. Il s'agit notamment des scènes de distribution d'argent à des artistes, chanteurs et autres prestataires ou communicateurs traditionnels.

La retransmission en direct de ces programmes ne permet cependant aucune anticipation sur de tels comportements et pratiques. La rediffusion, parfois en boucle et sur des périodes abusivement longues, favorise la valorisation de ces antis modèles et antivaleurs aux influences dévastatrices sur de larges franges de la société sénégalaise.

7. La couverture des événements sportifs ne saurait constituer un moment de promotion de comportements négatifs aux antipodes des valeurs de saine compétition, de sportivité et de fairplay. Les acteurs des médias qui interviennent dans ces manifestations devraient inscrire leur action dans le respect des règles éthiques et déontologiques qui gouvernent l'exercice de leur profession.

Conclusion

La programmation audiovisuelle devrait se garder de servir de support à des pratiques qui portent atteinte à l'équilibre des familles et de la société. Elle doit répondre aux préoccupations exprimées dans le cahier des charges en ce qui concerne l'obligation de préservation du jeune public, notamment en veillant à ne pas les exposer à des contenus nuisibles à leur épanouissement mental et psychologique.

Pour l'Assemblée du CNRA

Le Président

Avis trimestriel - Avril, mai, juin 2014

SUPERVISION DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS DES CONSEILLERS DÉPARTEMENTAUX ET MUNICIPAUX

Le deuxième trimestre de l'année a été marqué par la préparation et la tenue des élections des conseillers départementaux et municipaux. Pendant cette période, l'activité des médias a été essentiellement consacrée à cet important événement de la vie de la nation.

Au regard de ce constat, l'Assemblée des Conseillers a pris la décision de dédier le présent avis trimestriel à l'évaluation de la couverture des élections.

L'Assemblée du Collège des Conseillers du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, après en avoir délibéré en sa séance 17 juillet 2014, rend public le présent avis trimestriel.

Introduction

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel a procédé à la supervision de la couverture médiatique des élections des conseillers départementaux et municipaux du 29 juin 2014 tant au niveau de l'audiovisuel, de la presse écrite que de la presse en ligne.

L'organe de régulation s'est acquitté de cette tâche, malgré certaines difficultés liées à la complexité et à la spécificité de ces consultations populaires, notamment :

- le nombre important des listes en compétition (plus de 2.700), réparties dans les 602 collectivités locales du territoire national ;
- l'inexistence de temps d'antenne organisés pour les listes de candidats en compétition.

A chaque étape du processus, le CNRA a pris les dispositions nécessaires pour permettre aux médias d'avoir une compréhension claire et précise du traitement des différentes phases du processus électoral, à travers des communiqués publiés par voie de presse avant chaque phase.

Le travail de suivi des médias audiovisuels a été facilité par l'acquisition d'un nouveau système de monitoring doté des capacités techniques suivantes :

- réception et enregistrement de 24 chaînes de Télévision;
- réception et enregistrement de 36 chaînes de Radio.

Conformément aux dispositions du Code électoral, la période concernée par la couverture médiatique de ces élections va du vendredi 16 mai 2014 à 00 heure au dimanche 29 juin 2014, correspondant aux périodes de précampagne, de campagne et de scrutin.

I. La précampagne

Dans cette période de trente (30) jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale, et située entre le 16 mai à 00 heure et le 14 juin à minuit, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés.

Le CNRA, par un communiqué en date du 14 mai 2014, avait attiré l'attention de l'ensemble des médias publics et privés ainsi que celle des acteurs politiques sur les dispositions légales relatives à la couverture médiatique de ces élections.

L'organe de régulation avait aussi, le même jour, publié une recommandation sur le traitement de l'information dans les médias durant les périodes de précampagne et de campagne, afin de faciliter une prise en charge équitable des différents candidats et listes de candidats.

Malgré la clarté des dispositions de l'article L.61 et le rappel du CNRA, plusieurs cas de violations ont été relevés.

Des déclarations et manifestations de soutien à des candidats, à des listes de candidats ou à des responsables de partis politiques ont été diffusées :

• Sur la RTS1

- le 16/05/2014 de 01:45:10 à 01:52:52, diffusion, lors d'un Gamou, de propos d'intervenants appelant Podor à porter son choix sur Racine Sy;
- le 23 /05/ 2014, dans Kenkéliba Infos, diffusion, lors de la pose de la 1^{ère} pierre de la maison des jeunes à Agnam Civol, d'une manifestation avec des pancartes favorables à des responsables locaux de l'APR.

• Sur la TFM

- le 16/05/2014 de 13:22:26 à 13:22:51 avec Monsieur Ansou Danfa (Macky 2012) qui demande aux Sénégalais de voter pour la liste Alliance 2014 ;
- le 16/05/2014 de 07:32:28 à 07:34:18 avec la conférence de presse de Macky 2012 et Monsieur Mouhamadou L. B. Kâ qui demande aux Sénégalais de sanctionner Benno Bokk Yakaar et de voter pour la Coalition Alliance 2014 ;
- le 19/05/2014 de 10:04:40 à 10:05:04 dans l'émission « Yéwouleen » avec l'appel en direct d'une dame du nom de Madame Marie Ndour pour un soutien à Madame Khady Guèye en vue la conquête de la mairie de Yeumbeul ;
- le 21/05/2014 de 22:32:42 à 22:33:24, dans l'émission « Faram Facce », Monsieur Malick Noël Seck a lancé un appel pour un vote pour sa liste ;

- Le 27/05/ 2014, le candidat et ex maire de Ouakam, Samba Bathily Diallo, lance un appel pour un vote en faveur de sa liste lors de l'émission «gonal »

• **Sur la 2STV**

- le 18 /05/ 2014, un lutteur appelle la population de Djida Thiaroye Kao à voter pour un jeune candidat du nom de Modou Guèye ;

- le 21/05/2014 de 13:11:08 à 13:14:10, lors du meeting des jeunes responsables APR de Kolda de Dakar, des déclarations de soutien à Monsieur Mamadou Dia dit Mame Boye (banderole en fond d'écran) ;

- le 04/06/2014 de 19:38:01 à 20:04:51, diffusion d'une émission politique « Locales Sénégal 2014 » au cours de laquelle des manifestations et des déclarations publiques de soutien à l'invité Monsieur Ali Ngouille Ndiaye (tête de liste Benno Bokk Yakaar à Linguère) ont été constatées.

• **Sur la SEN TV**

- le 27/05/2014 de 22:16:17 à 22:27:57, vaste tribune, en direction du combat du 1^{er} juin 2014 dont il est le parrain, pour Khalifa Ababacar Sall, candidat aux élections locales avec intervention de beaucoup d'orateurs qui appellent à soutenir le maire actuel de la ville de Dakar et sa Coalition pour les locales ;

- le 10/06/2014 de 21:14:12 à 21:30:41, diffusion de la rentrée politique de Monsieur Diop Sy de la « Coalition Joxante loxo jamm guen ayy ak Diop Sy » ;

• **Sur ZIK FM**

- le 19/05/2014, déclaration de soutien à la Coalition 2014 par Ahmed Aïdara, lors de l'émission " Teuss ".

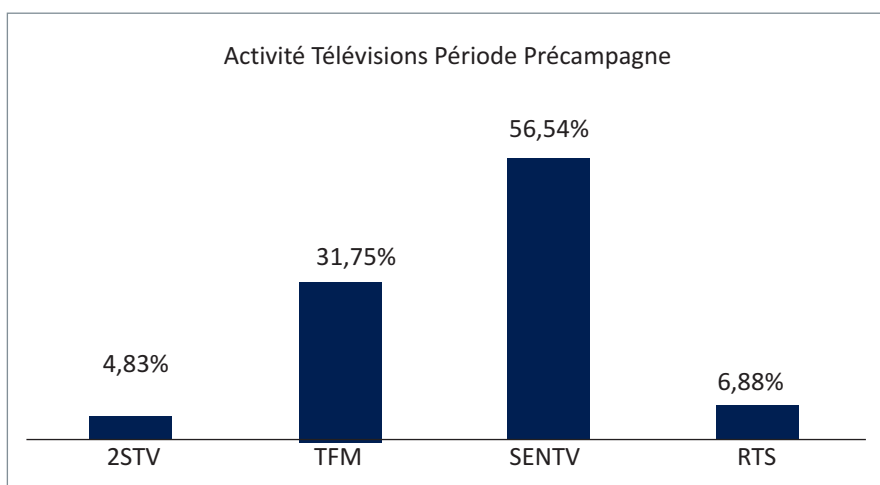
- le 04 /06/2014, déclaration de soutien à Malick Thiam d'Expresso, candidat à Dakar Plateau, par Ahmed Aïdara, lors de l'émission " Teuss ".

• Sur le site d'information « Xalimasn.com », le 20/05/2014 : « Locales à Médina: El Hadji Diouf soutient Seydou Guèye » ;

• Sur le site d'information « Leral.net », le 31/05/2014, le lutteur Gris Bordeaux, lors d'une causerie, a déclaré appuyer la candidature de Seydou Guèye et appelle l'assistance à porter son choix sur ce dernier.

• Dans le quotidien « Tribune » : le 04 juin 2014, la quasi totalité des leaders soutiennent l'actuel maire de Dakar, Khalifa Sall, en vue des prochaines élections locales de juin prochain. Le maire socialiste Khalifa Sall, candidat à sa propre succession, est quasiment plébiscité par ses pairs de la classe politique.

A titre illustratif cf. graphique ci-après.



Ce graphique montre les différents programmes des chaînes de télévision concernées qui entrent en contradiction avec les dispositions de la loi, lesquelles interdisent la médiatisation de toutes déclarations ou manifestations de soutien à un candidat ou liste de candidats.

II. La campagne

Par un communiqué publié le 13 juin 2014, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel avait rappelé les dates limites de la période de campagne électorale et les dispositions légales en vigueur en matière de couverture médiatique.

Ainsi, pour favoriser un bon déroulement de ladite campagne et la tenue d'un scrutin apaisé, le CNRA a tenu à préciser que :

- l'ensemble des médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support, y compris l'internet, qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale ;
- l'utilisation, à des fins de propagande électorale, de tout procédé de publicité commerciale par les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite

ou utilisant tout autre support est interdite pendant toute la durée de la campagne électorale ;

- les collaborateurs des services de télévision et de radiodiffusion qui sont candidats à ces élections doivent s'abstenir de paraître à l'antenne ou de s'exprimer sur les ondes dans l'exercice de leurs fonctions, à compter de l'ouverture officielle de la campagne électorale et ce, afin de préserver l'égalité des candidats devant les moyens de propagande.

Malgré ce communiqué invitant les organes de presse au respect des dispositions légales, le service de monitoring et de veille du CNRA a constaté des violations manifestes du Code électoral.

- la Sen TV a lancé une offre publicitaire commerciale de promotion et de propagande électorales pour les candidats aux élections locales ;
- la 2S TV a diffusé un publi-reportage en direct de Louga du meeting d'ouverture de campagne du candidat, Monsieur Moustapha Diop, Membre de l'Alliance pour la République et tête de liste de la Coalition Benno Bokk Yakaar ;
- Walf TV a diffusé cinq publi-reportages au profit, respectivement, de Monsieur Mamadou Racine Sy de la liste « And defar Podor », de la Coalition « Leral » de Monsieur El Hadji Diouf, de la Coalition « Benno Bokk Yaakar » dirigée par Monsieur Oumar Guèye, de Madame Zahra Iyane Thiam d'UDS Innovation et de Monsieur Serigne Ndiaye, candidat APR à Mboss ;
- la radio communautaire « AFIA FM » a lancé une offre publicitaire commerciale de promotion et de propagande électorales pour les candidats aux élections locales ;
- le quotidien « Direct Infos » a publié une insertion publicitaire (photos et slogans) au profit des candidats, Monsieur Diogoye Faye, Secrétaire général de la fédération rurale du Parti Démocratique Sénégalais (PDS) du département de Mbour et Monsieur Serigne Amadou Amar, de la Coalition « Jaar Yeemu » ;
- le site d'informations en ligne « Leral.net » a diffusé un publi-reportage-vidéo du candidat, Monsieur Cheikh Bamba Dièye, le leader de la Coalition And liggey sunu deuk intitulé « 5 ans au service des Saint- Louisiens » ;
- le site d'informations en ligne « Seneweb » a diffusé une publicité de la « Coalition citoyenne Mermoz Sacré-Cœur Ca Kanam » sur un bandeau en haut de page.

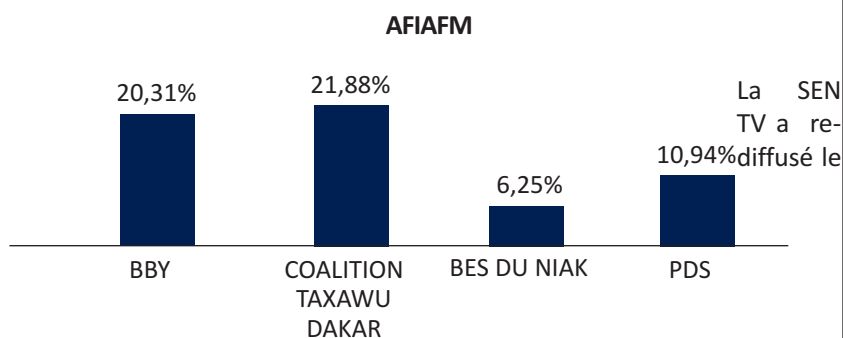
Ces organes ont fait l'objet, le 18 juin 2014, chacun en ce qui le concerne, d'une mise en demeure conformément aux dispositions légales applicables.

Un communiqué de presse intitulé : *"L'argent ne doit pas rompre l'équité et l'équilibre, entre les candidats dans les médias"* a été également publié le même jour par le CNRA.

Enfin, le 26 juin 2014, un autre communiqué a été rendu public pour rappeler aux médias que la campagne devait prendre fin le 27 juin à minuit et que le jour de l'élection, une interdiction totale leur est faite de verser dans toute propagande électorale.

Si certains médias mis en cause se sont conformés à la réglementation, notamment Walfadjiri, d'autres ont persisté dans les violations constatées, particulièrement AFIA FM, la SEN TV, la 2STV et le site d'information Leral.net.

A titre illustratif, ce schéma montre l'activité de couverture de la campagne par la radio AFIA FM, qui est un échantillon représentatif des radios communautaires, en violation des dispositions du cahier de charges applicable à ces radios communautaires.



28/06/2014 de 04:29:36 à 04:48:42 le dernier numéro de l'émission "Xibaru campagne bi", qui contenait aussi un publiportage au profit de Monsieur Pape Diop, leader de la Coalition Bokk Gis Gis, bien au-delà de l'heure de clôture officielle, c'est-à-dire le 27/06/2014 à minuit.

La 2S TV a diffusé des publiportages au profit de candidats à ces élections locales, notamment :

- le 27/06/2014 de 20:33:00 à 20:37:31 , un publiportage au profit de Monsieur Pape Diop, leader de la Coalition Bokk Gis Gis ;

- le 27/06/2014 de 18:27:51 à 19:43:02, un publireportage, au profit de Monsieur Farba Ngom membre de la Coalition Benno Bokk Yakaar « Spécial Agnam: 24 heures avec Farba Ngom » ;
- le 28/06/2014 de 19:15:05 à 19:18:16 et de 20:47:09 à 20:50:02, le meeting de Monsieur Farba Ngom membre de la Coalition Benno Bokk Yakaar a été diffusé après la clôture de la campagne électorale ;
- le 28/06/2014, dans l'émission « Çamedit mag », diffusion, après la clôture de la campagne électorale, de l'entretien avec Monsieur Lamine Diack, Président de la Fédération internationale d'athlétisme (IAAF), qui dit soutenir Monsieur Khalifa Sall, tête de liste majoritaire de la Coalition Taxawu Dakar qu'il considère comme le meilleur candidat.

Le site d'informations « Leral.net » a diffusé des publireportages ou des papiers et a aussi affiché beaucoup de bandeaux au profit de candidats à ces élections locales, notamment :

- le 18/06/2014 : publication d'une lettre aux habitants de la Commune de Biscuiterie par le candidat Matar Sèye.
- le 19/06/2014 : insertion d'un bandeau publicitaire de Khalifa Sall, publication d'une photo avec ce commentaire : « *Locales à Dakar: Adiouza soutient Khalifa Sall* »
- le 25 /06/2014 : publication de l'affiche de campagne de Racine Talla, candidat à la mairie de Wakhinane Nimzatt.
- le 25/06/2014, un publireportage vidéo de plus de 32 mn, « les 5 années de Monsieur Barthélemy Dias, de la Coalition Taxawu Dakar à la tête de Sicap-Mermoz-Sacré-Cœur.
- le 27/06/2014 : affichage d'un bandeau « *Thiès ville nouvelle : votez la Coalition changer ak El Malick* »
- le 28/06/2014, après la clôture de la campagne électorale, mise en ligne d'un exclusif intitulé « Talla Sylla, futur maire de Thiès! » au profit de Monsieur Talla Sylla, de la Coalition Rewmi ;
- le 28/06/2014, mise en évidence, après la clôture de la campagne électorale, de soutiens à des candidats ou coalitions avec comme titre : « *Elections locales : Kara soutient Mimi* » et « *Abdourahime Agne apporte son soutien aux jeunes candidats investis dans la Coalition Benno Bok Yakar à Ranérou* ».

En dehors des médias qui ont été l'objet de mise en demeure, d'autres, particulièrement de la presse écrite, ont aussi violé les dispositions du Code

électoral, notamment :

- Le Populaire, N°4369 du jeudi 19 juin 2014 en page 3 : insertion publicitaire « *7 bonnes raisons de voter Benno Bokk Yakaar* »
- Le Quotidien, N°3416 du jeudi 19 juin 2014 en page 3 : insertion publicitaire « *7 bonnes raisons de voter Benno Bokk Yakaar* »
- La Tribune N°817 du mercredi 25 juin 2014, propagande au profit du candidat sortant, Monsieur Bamba Fall, de la Coalition Taxawu Dakar, avec comme titre « *Bamba FALL, une vision futuriste au service de la Médina* ».
- Enquête N°907 du 23 juin 2014, au profit du candidat sortant, Monsieur Khalifa Sall, tête de liste majoritaire de la Coalition Taxawu Dakar : insertion publicitaire « *Le Pourquoi Khalifa Sall va remplir* ».
- L'insertion en question est une reprise de la couverture du mensuel d'informations générales "Afrique Démocratie" de juin 2014 avec une image assez "parlante": la photo du maire, en toile de fond l'Hôtel de ville de Dakar et les différents chantiers en cours.

Recommandations

Les constatations qui résultent de l'observation du traitement médiatique de la période électorale par les différents supports révèlent des violations des dispositions légales et des stipulations des cahiers de charges.

La couverture médiatique de la pré-campagne électorale, des activités assimilables à de la propagande déguisée au sens de l'article L.61 du code électoral ont été couvertes et diffusées, de même que des commentaires de présentateurs ou d'animateurs d'émissions audiovisuelles faisant l'éloge de tel candidat ou de son bilan. Les manifestations sportives et culturelles ont la plupart servies de tribunes à la commission de ces actes.

Durant la campagne électorale, certains médias ne se sont pas conformés à l'interdiction de « l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision » telle que prévue par l'article L.61 du code électoral. Des candidats ou listes de candidats se sont offerts les services de certains supports médiatiques pour la promotion de leurs activités au détriment du cadre légal qui exclut cette possibilité.

Certains radios communautaires, nonobstant l'article 18 du cahier de charges

auquel elles ont souscrit, et qui précise qu'elles ne peuvent « *diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique* », ont procédé à la couverture de manifestations à caractère politique et organisé des débats de même nature.

Ces différents manquements exposent leurs auteurs aux sanctions prévues par l'article 26 de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du CNRA, dont l'application peut conduire à la suspension des programmes ou de la parution de l'organe en cause.

Les principes d'équité et d'équilibre dans le traitement médiatique des activités des candidats durant la campagne électorale doivent aussi prévaloir tout au long de la couverture du scrutin jusqu'à la proclamation des résultats provisoires.

Au regard de tout ce qui précède, des mesures doivent être mises en œuvre afin d'assurer une meilleure prise en charge de la supervision de la couverture médiatique du processus électoral.

Pour l'Assemblée du CNRA

Le Président

Avis trimestriel - Juillet, août, septembre 2014

RAPPEL AU RESPECT DE LA DIGNITE, DES VALEURS ET REGLEMENTS RELATIFS A LA PUBLICITE

La programmation des télévisions et radios sénégalaises obéit à un cadre défini par les lois régissant le secteur de l'audiovisuel et les cahiers des charges auxquels elles ont souscrit.

Aux termes des articles 7, 9 et 12 de la loi n° 2006-04 du 04 Janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, le CNRA veille au respect des dispositions qui prescrivent aux titulaires d'une autorisation de diffusion de programmes audiovisuels de satisfaire, entre autres, aux obligations suivantes :

- le respect de l'honneur et de la dignité de la personne humaine ;
- le respect des différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses ;
- la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence ;
- la conformité de la publicité à la réglementation en vigueur.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, conformément aux dispositions de l'article 14 de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006, et après en avoir délibéré en sa séance du 16/10/2014, rend public le présent avis portant sur les dysfonctionnements relevés au cours du troisième trimestre de l'année 2014 dans les programmes des différents organes de communication audiovisuelle ainsi que les recommandations formulées pour y apporter des correctifs.

I - Dysfonctionnements et manquements

Au cours de ce trimestre, les dysfonctionnements constatés, à partir d'un échantillonnage des services de monitoring, ont trait aux cinq (5) faits ci-dessus énumérés.

1. La diffusion, par les chaînes de télévision, d'images violentes et choquantes, notamment la mise en exergue de corps ensanglantés et de gros plans sur les dépouilles mortelles.

A titre illustratif, WALF TV, dans l'émission matinale « PETIT DEJ » du 02 septembre 2014, a exposé les images extrêmement violentes d'un Sénégalais tué au Maroc, gisant dans son sang.

La même chaîne a diffusé, dans diverses éditions des journaux télévisés du 28 septembre 2014, les images du corps d'un chauffeur de taxi de Kédougou traîné un peu partout dans la ville par des populations en furie, suite à une bavure ayant causé cette mort.

La diffusion de telles images contrevient aux stipulations de l'Article 21 du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de

programmes de télévision privée de droit sénégalais, selon lesquelles : « Le titulaire s'engage à ce qu'aucune émission qu'il diffuse ne porte atteinte à la dignité de la personne humaine » ;

2. La persistance des dérapages et dérives lors des revues de presse.

Un journaliste, dans la revue de presse de WALF TV et WALF FM, en wolof, du lundi 1^{er} septembre 2014, commentant l'article, « Ebola bouleverse la messe des cathos », à la Une du quotidien Grand Place, a comparé l'hostie à des bonbons.

Cette comparaison a heurté la sensibilité d'une partie importante des citoyens sénégalais pour qui l'hostie est d'une importance considérable, car elle représente le corps du Christ et, par conséquent, constitue le fondement de la foi chrétienne.

La diffusion de tels propos et de telles informations, pouvant porter atteinte à la paix sociale, constituent ainsi une violation de l'article 20 du cahier des charges selon lequel, le titulaire d'une autorisation de diffusion a l'obligation, dans ses programmes, de respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses des téléspectateurs.

3. La profusion d'émissions et de programmes de divertissement, marqués par des danses obscènes et la diffusion d'images choquantes, à des heures indues et pouvant heurter la sensibilité des téléspectateurs, notamment du jeune public.

Reviennent dans cette catégorie de programmes, l'émission « KAAY BEGUE » de WALF TV diffusée les samedis à 21h, l'émission « 100% BUZZ » de la SEN TV diffusée les samedis à 14h et rediffusée à 21h.

4. Un regain de la publicité déguisée et informelle, envahissante et intempestive, par des journalistes et animateurs de la plupart des radios et télévisions, particulièrement la ZIK FM et la SEN TV.

De telles pratiques constituent une violation flagrante des termes de l'article 11 de la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité et de l'article 22 des cahiers de charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels.

Selon l'article 11 de la loi de 1983 : « la publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle, quels que soient sa forme et le support utilisé » et que « lorsqu'elle est diffusée dans des médias qui comportent également des messages rédactionnels, la publicité doit être présentée de telle sorte que le consommateur puisse la distinguer facilement de ces messages ».

S'agissant de l'article 22 des cahiers des charges, il précise : « Les messages publicitaires doivent être clairement annoncés comme tels ».

5. La diffusion d'émissions interactives de voyance sur une longue durée par la télévision LCS et, ceci, sans indication des coûts des appels sur serveur et au détriment de l'orientation éducative, informationnelle ou de divertissement que doit poursuivre les télévisions.

De telles pratiques constituent une violation de l'article 12 du cahier des charges selon lequel : « le titulaire est tenu de respecter les termes de la décision d'attribution de fréquence de l'institution de régulation des télécommunications ... ».

II - Recommandations

Face à de tels manquements, qui constituent des violations des dispositions des textes législatifs et des cahiers des charges en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel recommande :

1. un traitement plus responsable de l'information relative aux dépouilles mortelles en évitant la diffusion d'images exhibant les corps ou la mise en évidence de scènes de violence extrême concernant des personnes ayant subi une atroce, conformément aux dispositions de l'article 9 de la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006 invitant au respect de la dignité de la personne humaine ;
2. plus de rigueur, de concentration et de mesure dans la présentation des revues de presse pour éviter notamment de porter atteinte à l'équilibre et à la paix sociale ;
3. l'arrêt de la programmation des émissions consacrées aux danses obscènes et diffusant des images choquantes à des heures de grande écoute sans pictogrammes. De tels programmes, conformément à la réglementation, ne peuvent être diffusés qu'après 22h30. De même, les bandes-annonces de ces programmes ne doivent ni comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ni être diffusées avant 20h30 ;
4. le respect strict des dispositions de la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité et des cahiers de charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels ;
5. une meilleure organisation et une rationalisation des plages horaires dédiées aux émissions de voyance, en respectant les dispositions relatives à l'obligation d'indication du coût des SMS et des appels sur serveur.

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

Avis trimestriel - Octobre, novembre, décembre 2014

LA PERSISTANCE DES DÉRIVES DANS LES MÉDIAS POLLUENT L'ESPACE PUBLIC

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA^o, conformément aux dispositions de l'article 14 de la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du CNRA, et après en avoir délibéré en sa séance du 08 janvier 2015, rend public le présent avis.

Cet avis porte sur les dysfonctionnements et les manquements les plus marquants observés au cours du quatrième trimestre de l'année 2014.

I - Dysfonctionnements et manquements constatés

Les dysfonctionnements et manquements constatés ont trait aux faits ci-dessous énumérés.

- 1.** Le déséquilibre noté dans le traitement de l'information par l'audiovisuel public, notamment la RTS1, en violation de l'article 15 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006.

La chaîne de télévision publique s'est abstenue de couvrir le meeting tenu à Dakar le 21 novembre 2014 par le Front populaire pour la Défense de la République (FPDR) qui regroupe des partis politiques légalement constitués.

Ce faisant, elle a failli à son obligation de respect, des principes d'équité et d'équilibre entre tous les partis politiques.

Aux termes des alinéas 2 et 4 de l'article 7 de la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veille :

- au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information véhiculée par les médias audiovisuels ;
- 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.

Pour rappel, ce manquement flagrant constitue une violation de l'article 8 de la Constitution sénégalaise qui consacre le droit à l'information plurielle.

- 2.** La diffusion et la forte médiatisation de propos séditionnels de certains hommes politiques pouvant porter atteinte aux Institutions de la République, à l'unité nationale et à la paix sociale.

La Télévision et la radio du groupe Walfadjri ont diffusé en direct et en intégralité le meeting du Front populaire pour la Défense de la République (FPDR) le

21 novembre 2014, au cours duquel l'ancien Président de la République, Me Abdoulaye WADE, a tenu des propos séditionnaires, visant à remettre en cause l'ordre constitutionnel en réclamant une transition au Sénégal et en fixant ses dates pour l'organisation d'élections présidentielles anticipées.

La diffusion de tels propos en direct par Walf Tv et Walf Fm puis par les autres médias audiovisuels, constitue une violation grave des dispositions les régissant.

Aux termes de l'article 13 du cahier des charges applicables aux médias audiovisuels : « 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 ».

3. L'utilisation des médias audiovisuels à des fins de règlements de comptes personnels.

Dans l'émission « TEUSS » du 12 novembre 2014, de Zik FM, le journaliste/ animateur de ladite émission, Monsieur Ahmet AIDARA, s'en est pris au député, Madame Ndèye Awa MBODJ, la dépeignant comme une femme agressive et violente, ne défendant pas les intérêts du Département de Guédiawaye.

Aucun journaliste ou animateur n'a le droit d'utiliser les antennes pour porter des jugements de valeur sur un citoyen. Une émission ne doit pas être une tribune ou l'occasion d'un règlement de comptes.

4. La diffusion de propos « ethnocentristes » et stigmatisants dans certaines émissions.

Le traitement des questions touchant à la diversité culturelle et linguistique et aux langues nationales doit faire l'objet d'une attention particulière.

Le Sénégal est un pays de diversité et les us et coutumes de chacune de ses composantes méritent d'être connus des autres sans caricature, ni mépris.

C'est ainsi que le préambule de la Constitution proclame « le respect des spécificités culturelles de toutes les composantes de la Nation ».

Selon l'article 20 du cahier de charges applicables aux médias audiovisuels : « Le titulaire a l'obligation, dans ses programmes : de ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, de l'ethnie, du sexe, de l'âge, de la religion ou de la nationalité ».

Cette exigence fondamentale pour la cohésion sociale et l'entente cordiale entre les différentes communautés, est souvent bafouée dans les propos relayés par les médias.

A titre illustratif :

Dans sa chronique sportive du 9 octobre 2014, sur la RFM, le journaliste Malal Junior DIAGNE s'est attaqué à l'entraîneur de l'équipe nationale de football, Monsieur Alain GIRESE, en utilisant des termes stigmatisants qui frisent le racisme en le désignant par l'expression « le Blanc ».

Dans l'émission « TEUSS » du 20 octobre 2014, de Zik FM, l'animatrice Soda Marième GUEYE, non contente de demander à son interlocuteur s'il était un « **Làkk kat** », s'est permis de traiter ce groupe, de gens prompts à menacer ceux qui leur portent tort de représailles mystiques.

Cette pratique qui consiste à désigner toutes les personnes qui ne sont pas des Wolofs, par leur différence, le nom de leur ethnie ou d'une appellation qui stigmatise, est à bannir des médias.

5. Le griotisme et la flagornerie dans de nombreuses émissions.

Aux termes de l'article 9 de la loi 2006-04 du 4 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veille au respect des règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels.

La pratique dans les médias audiovisuels s'éloigne souvent des règles d'éthique et de déontologie qui interdisent aux professionnels des médias de rechercher ou recevoir un quelconque avantage du fait de la publication ou de la suppression d'une information.

De plus, il est interdit à ces professionnels de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ou de propagandiste. Ils ne doivent accepter aucune consigne directe ou indirecte des annonceurs.

En outre, Le CNRA constate, pour s'en désoler, des tendances à la flagornerie, à l'autoglorification entre confères et/ou collègues d'un même organe de presse, ou à la flatterie et au racolage en direction de personnalités et structures publiques ou privées dont les mérites prétendus ou avérés n'ont pas vocation à être vantés sous forme de réclame/ publicité à l'antenne d'une radio ou sur un plateau de télévision. Le Conseil note aussi une propension à l'autosatisfaction qui « pollue » antennes et plateaux de télévision, sans intérêt pour le public.

6. Le dévoiement de la revue de presse

Le CNRA constate la récurrence et la quasi généralisation d'un certain style de revue de la presse non conforme à ce genre rédactionnel classique, qui consiste à présenter les écrits saillants des éditions des organes de presse

écrite. Par conséquent, il ne devrait, dans les choix des sujets comme dans le ton, être un prétexte à des règlements de comptes avec des personnes, des personnalités et des institutions publiques et privées, ni à une théâtralisation bouffonne.

- 7.** L'utilisation, sans l'encadrement pédagogique ou psychologique nécessaire d'enfants et d'adolescents Pour des compétitions télévisées à buts essentiellement publicitaires ou commerciaux.

Les enfants ne devraient pas se retrouver dans des compétitions à la fois dévalorisantes et aliénantes qui impactent négativement leurs comportements et les soumettent à des pressions psychologiques intenses, inacceptables et intolérables car préjudiciables à leur équilibre et à leur épanouissement. Dans le même ordre d'idées, la satisfaction de l'obligation de signalétique ne se confond pas à celle de programmer la diffusion de certaines émissions aux contenus sensibles en dehors des heures de grande audience.

- 8.** l'étalage et la distribution des billets de banque dans des manifestations retransmises à la télévision.

Les télévisions doivent proscrire la diffusion de programmes de nature à promouvoir des pratiques et pathologies sociales néfastes et corruptogènes notamment des liasses d'argent sous forme de colliers offerts à des chanteurs ; des billets de banque maltraités et froissés, jetés à même le plancher à l'occasion de manifestations religieuses ou festives.

L'État, les diffuseurs, les citoyens, les leaders d'opinion, comme les artistes et animateurs de spectacles doivent agir de concert pour bannir de telles pratiques aussi indécentes que vulgaires.

II - Recommandations

Face à de tels manquements, qui constituent des violations des dispositions des textes législatifs et des cahiers des charges en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel recommande :

1. de respecter 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 ;
2. d'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, ainsi que les incitations et appels à la violence ;

3. de s'abstenir de toute utilisation des médias audiovisuels comme moyens de règlement de comptes personnels ;
4. de veiller à la sauvegarde des valeurs morales ainsi qu'à la préservation des identités culturelles et du pluralisme linguistique dans les programmes diffusés par les médias audiovisuels ;
5. d'adopter des règles de conduite plus responsables en veillant au respect de l'éthique et de la déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels.
6. de veiller aux règles qui permettent de protéger les enfants participant à des émissions audiovisuelles afin de prévenir tout traumatisme préjudiciable à leur épanouissement personnel et/ ou à leur équilibre mental.
7. d'éviter la diffusion de scènes d'exhibitionnisme et de gabegie dont l'indécence jure avec la situation de précarité économique de la majorité des Sénégalaises et Sénégalais. Il s'agit notamment des scènes de distribution d'argent à des artistes, chanteurs et autres prestataires ou communicateurs traditionnels.

Le CNRA en appelle au sens de la retenue et de la responsabilité de tous particulièrement de ceux qui s'adonnent à ces pratiques lors de manifestations relayées par les médias.

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 pour corriger les manquements constatés.

Pour l'Assemblée du CNRA

Le Président



The background features a dark blue field with intricate, flowing white and light blue lines that create a sense of movement and depth. Two bright white circles are positioned on the right side, one above the other, adding focal points to the composition.

PLURALISME ET LIBERTE D'EXPRESSION



Faits et chiffres

Le paysage audiovisuel sénégalais en 2014

En près de 50 ans, le paysage audiovisuel sénégalais a formidablement évolué depuis l'époque du monopole public en :

Taille et offre de pluralisme, l'audiovisuel compte aujourd'hui

- 17 télévisions en opération ; plus de 200 radios en opération ; plus d'une dizaine de sites d'information à l'intention du lectorat sénégalais

Organisation

- Un service public télé et radio qui couvre le 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 radio communautaire qui couvre le territoire national
- Le taux de pénétration d'Internet atteint les 25% chez les adolescents (10-17 ans).
- Les statistiques de l'ARTP de septembre 2014 donnent un taux de pénétration général des services Internet de 49,42%.



PLURALISME, FAIBLE DIVERSITE ET DES RISQUES POUR LES JEUNES

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 notamment 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, notamment pour le jeune public.



Faits et chiffres - Etat de la liberté d'expression en 2014

UNE GARANTIE CONSTITUTIONNELLE, JUSQU'OU ?

Quel usage est fait des concessions en faveur d'une liberté d'expression effective au bénéfice de la société ? Quel est le contrat qui lie les parties ? Quel est l'esprit du pacte social ? Quelles sont les contreparties attendues des entreprises de presse ?

La liberté d'expression est généralement définie comme le droit pour toute personne de penser comme elle le souhaite et de pouvoir exprimer ses opinions par tous les moyens qu'elle juge opportun, dans les domaines de la politique, de la philosophie, de la religion, de morale...

Considérée comme une liberté fondamentale, la liberté d'expression est inscrite dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (ONU, 1948, article 19) :

« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. »

La liberté d'expression a comme corollaire la liberté de la presse, la liberté d'association, la liberté de réunion, la liberté de manifestation mais aussi le respect d'autrui.

Elle est souvent restreinte par certaines conditions particulières qui protègent la dignité de l'individu, la paix et la cohésion, respect des institutions. Il en est de même pour la diffamation, la calomnie, l'atteinte à la propriété intellectuelle, l'atteinte au secret professionnel...

La liberté de la presse est une modalité de la liberté d'expression qui fait l'objet de concession de ressources publiques que sont les fréquences radio et télévision. Les licences sont octroyées par Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes. Au titre de l'utilisation faite de ces fréquences et des contenus qui y sont véhiculés, le Conseil national de Régulation fait un monitoring et une appréciation générale et qualitative 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

Du point de vue des textes :

Il existe une déclinaison des instruments juridiques qui met en œuvre cette liberté. Différentes lois organisent ce secteur, notamment :

- la loi 96-04 organise la presse écrite
- loi 92 sur l'audiovisuel modifiée en 2006 sur le monopole de la RTS.

Dans la réalité :

Il existe une floraison et une diversité de tous les supports qui permet l'exercice de la liberté d'expression. En 2014, aucune télévision, aucune radio, aucun organe de presse écrite n'a disparu. Au contraire, le nombre des supports médiatiques a augmenté.

Aucune télévision, aucune radio, aucun organe de presse écrite n'a été fermé pour des questions relatives à la liberté d'expression.

Il en est de même pour les émissions, sauf aux moments où des questions ont été portées à l'attention du CNRA pour apprécier la pertinence de certaines émissions et de leurs contenus par rapport à d'autres principes applicables à l'organisation de la société, au respect des institutions et à la cohésion sociale.

En 2014, deux émissions ont fait l'objet d'un traitement par le CNRA à l'issue duquel des décisions ont été prises concernant certains contenus inadaptés ou inappropriés.

Il n'a pas été rapporté de cas de harcèlement des journalistes qui constituerait une atteinte à la liberté d'expression relative à la fonction.

Les principes de la liberté d'expression et ses limites :

Les principes et applications de la liberté d'expression sont définis et protégés par le cadre légal de ce droit constitutionnel. L'exercice de ce droit suppose le respect des limites. La liberté d'expression n'est pas plus importante que ces paramètres :

- les exclusions 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.

Jusqu'où va la liberté d'expression ?

Le principe philosophique et de droit est de permettre à tous de participer à la démocratie, une 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 peuvent devenir des ennemis de la liberté d'expression.

De quel audiovisuel voulons-nous ?

Les questions clés qui déterminent la réflexion sont :

- La place de l'audiovisuel dans nos sociétés ;
- Le rôle de cet audiovisuel ;
- La loi modifiée en 2006 sur le monopole seulement de la RTS ;
- la prospective par rapport à la protection des enfants, la protection des valeurs et les excès de la médecine traditionnelle, les questions de santé publique
- Les cahiers de charge qui doivent être le fondement de la liberté d'expression et les enjeux de société
- la définition des cahiers de charge qui sont très limités à l'heure actuelle.

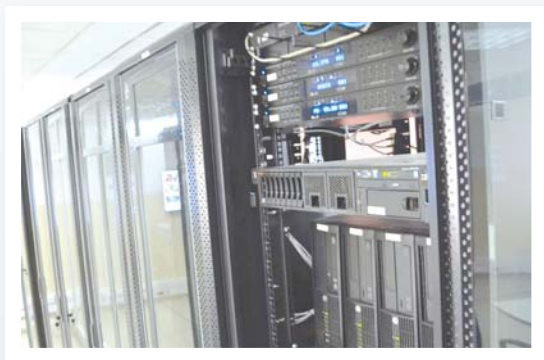


MODERNISATION DU MONITORING



Monitoring des médias

LE CNRA MONDERNISE SON SYSTEME



Contexte

La convergence des technologies de l'information et de la communication est un moteur essentiel de modernisation et de développement de l'industrie audiovisuelle. Le CNRA (Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel) a entrepris de moderniser son système de monitoring des programmes audiovisuels et son approche fonctionnelle dans un contexte où l'exercice de la régulation revêt une nouvelle dimension avec la démocratisation des médias accélérée par la poussée de la digitalisation des contenus.

Face aux défis et mutations importants, intrinsèques à un paysage médiatique ouvert, riche de thématiques, de sensibilités nouvelles, l'acquisition de ce système moderne s'inscrit logiquement dans le renforcement de la démarche scientifique que le CNRA s'essaie à adopter pour articuler objectivement son action sur la matière audiovisuelle afin que les objectifs inhérents à la régulation des contenus soient remplis.

Ce nouveau système favorise l'exploitation en temps réel et en mode différé de l'ensemble des contenus audiovisuels pour s'assurer du respect par les éditeurs de service de leurs engagements contractuels et aussi permet de disposer, à tout moment, d'une cartographie précise des caractéristiques du paysage audiovisuel du Sénégal.

• Acquisition et installation



A. BOURBATE, Responsable des infrastructures, S. DIALLO, Responsable technique, N. BOUEZMARNI, Directeur informatique, Mame N. WANE, Directeur du projet.

HACA Média Solutions HMS a été développée par le département informatique de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) du Maroc en 2007 et partagée grâce à la coopération internationale consacrée autour d'organisations à l'instar notamment du Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC), du Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM). L'acquisition du logiciel «HMS» s'inscrit dans le cadre d'une convention de partenariat unissant le CNRA et la HACA du Maroc. En plus du Sénégal, ce système est aussi utilisé dans d'autres pays, à l'instar du Tchad, de la Belgique, de la Mauritanie, du Niger et de la Tunisie.

Cette solution « sur mesure » pour une régulation objective et équidistante est entièrement paramétrable en fonction de la spécificité de chaque pays ou régulateur audiovisuel. Basée sur une infrastructure simple à déployer et une ingénierie logicielle adaptée aux besoins de suivi des programmes, cette application permet au régulateur de faire un état des lieux quantitatif et qualitatif sur l'activité du paysage et de traiter les appréciations formulées par les usagers sur l'ensemble des programmes édités par les services télévisuels et radiophoniques opérant sur le territoire national, régional ou local.



• Fonctionnalités de l'outil HMS (Haca Média Solution)

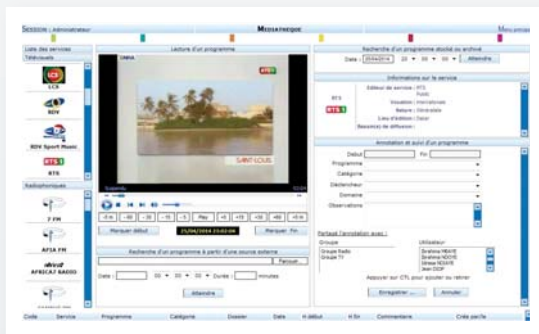


«HACA Média Solutions HMS » est une solution technique de dernière génération à large spectre, dédiée au monitoring des programmes audiovisuels. Via des interfaces ergonomiques et conviviales pour une utilisation optimale, elle est composée de trois modules essentiels :

• HMS-Acquisition

Le système actuellement installé au CNRA, permet le monitoring continu de 24 télévisions et 36 radios, 7 jours sur 7, l'ensemble du processus de monitoring des services audiovisuels (radios et télévisions) de l'acquisition des signaux, leur enregistrement, leur stockage et leur traitement

selon les orientations de l'exercice de régulation. Cette installation gère en temps réel la numérisation (l'acquisition), la distribution des flux audio-vidéos, le stockage et l'archivage brut des contenus sur la plateforme technique centrale installée au siège du CNRA.



• HMS Médiathèque

Le logiciel « HMS Médiathèque » permet aux utilisateurs habilités, d'accéder à partir de leurs postes de travail respectifs, en direct et/ou en différé, à tous les programmes audiovisuels enregistrés via le module « HMS-Acquisition » sur une année et classés par opérateurs audiovisuels, année, mois, jour et heure. Ce module permet de faire des recherches selon des critères précis sur une séquence, ou un ensemble de programmes en indiquant le nom du service, la date et l'heure de diffusion. Ce type de recherche sur des séquences spécifiques peut faire suite à la réception d'une plainte, l'apparition d'un article dans la presse ou par une auto-saisine peut être déclenchée. Ce module permet de découper, annoter et partager avec d'autres utilisateurs la séquence et le traitement d'un programme.

• HMS Pluralisme



Enfin, la solution HACA Média Solution permet, via le module « HMS Pluralisme » entièrement paramétrable, de comptabiliser à terme les interventions des personnalités publiques dans les médias audiovisuels en période ou hors période électorale. Ce module facilite le suivi du respect de l'équité d'accès des organisations politiques, syndicales et professionnelles aux médias. Ainsi chaque temps de parole et d'antenne est comptabilisé ce qui permettra l'édition de rapports périodiques en fonction des orientations de l'institution de régulation.

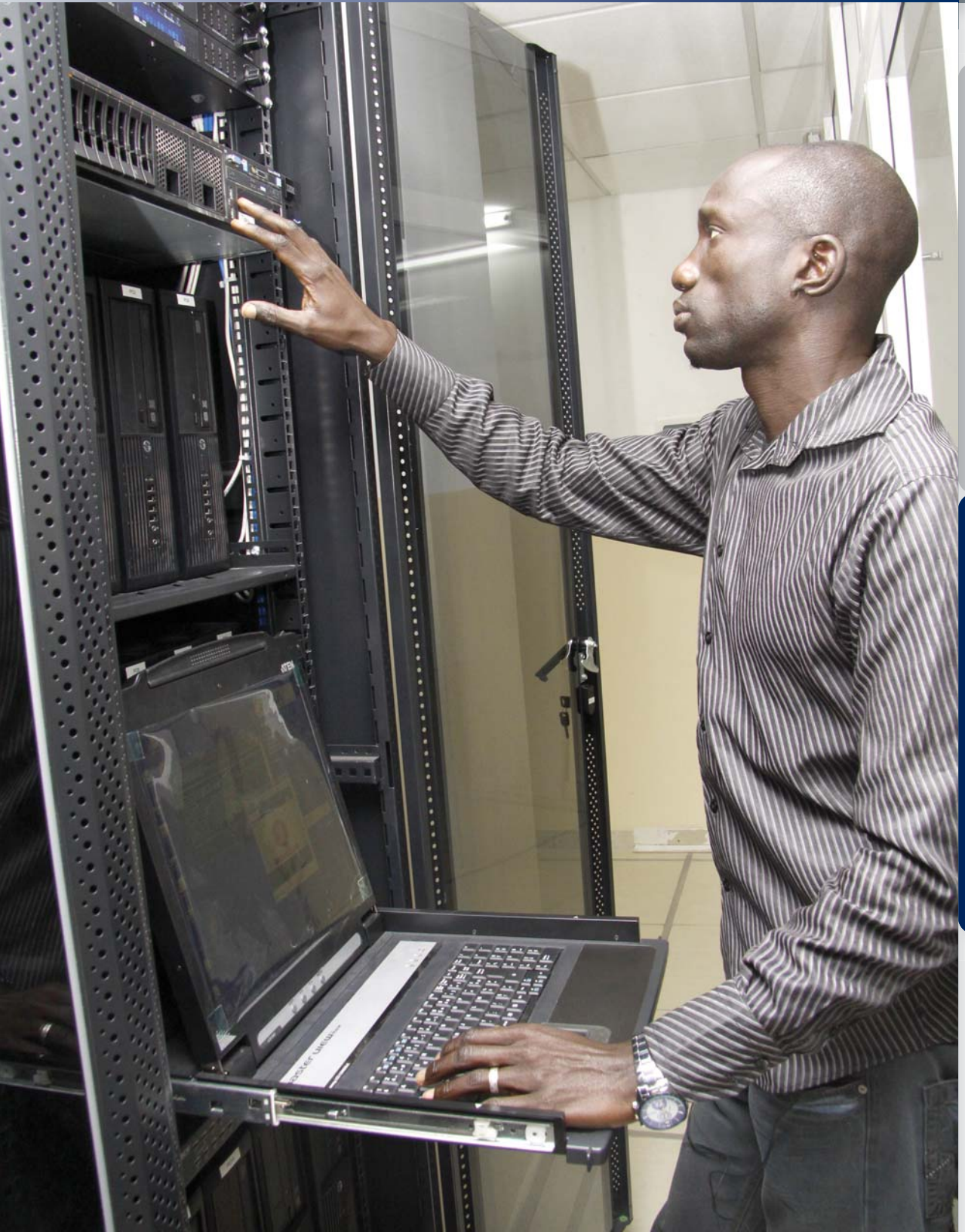
• Pour la professionnalisation du secteur de la régulation

Dans un paysage médiatique riche de quelque dix-sept chaînes de télévisions, de plus de 200 radios et autres types de médias, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) construit son

action sur deux fondamentaux : le monitoring des émissions et la concertation avec les acteurs.

Monsieur Babacar Touré, Président du CNRA, marque cette étape comme « une manière de plus de bâtir le futur du secteur sur la base du respect des usagers autant que des opérateurs. Sur la base de l'offre de contenus et de la concertation. Nous devons travailler en bonne intelligence entre acteurs du secteur, pour valoriser le génie et l'adosser au principe de responsabilité... Cette nouvelle pratique du monitoring est une manière d'accompagner la démocratie et la justice sociale en mesurant la représentation et le temps de présence de tous les acteurs : politiques de quelque parti qu'ils soient, hommes et femmes en parité, jeune et seniors dans une société où l'information et la connaissance ignorent les monopoles, urbains et ruraux dans leur égal droit à l'information. Nous devons interroger ou réinterroger les représentations des uns et des autres dans les médias ».

Pratiquement toutes les instances dédiées à la discipline ressentent l'impact fort de la convergence technologique sur le paradigme de la régulation audiovisuelle, mais aussi sur leur structure et leur mode de fonctionnement. Face à tous les défis liés à la multiplication du nombre des chaînes et de plateformes de diffusion suite à la numérisation, l'acquisition de ce système consacre une étape fondamentale dans la professionnalisation du métier de régulateur audiovisuel dans notre pays.



Monitoring en période électorale

GARANTIR LE RESPECT DU PLURALISME

L'année 2014 a été marquée par la tenue des élections locales du 29 juin auxquelles le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a accordé une attention particulière. En effet, le Conseil dans ses attributions inscrites au chapitre 2 de la loi portant sa création, en l'article 8, a l'obligation de fixer « *les règles concernant les conditions de productions, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales* ».

Fort de cette disposition qui régit le traitement audiovisuel des activités préélectorales et électorales, le CNRA a veillé au respect du pluralisme pendant la période électorale qui a duré une quinze de jours.

Le Conseil a d'abord participé aux travaux de la Commission technique de revue du code électoral (CTRCE) initiés par le Ministère de l'Intérieur. Cette rencontre a été l'occasion de « *mettre à jour le code électoral du Sénégal à la lumière des changements apportés principalement par la loi n°0 2013-10 du 28 décembre 2013 portant code général des collectivités locales* ». D'autres rencontres se sont aussi tenues les 28 janvier et 5 mai 2014 dans les locaux du CNRA. Les échanges entre les participants ont permis de proposer un certain nombre de stratégies globales à élaborer et d'actions concrètes à mener. On peut retenir entre autres :

- la publication d'un communiqué rappelant les dispositions légales et réglementaires du Code électoral relatives à la couverture médiatique de ces consultations populaires ;
- l'envoi d'une lettre-circulaire contenant des recommandations pouvant favoriser un traitement équitable de l'information entre les candidats et les listes de candidats en compétition dans les différentes circonscriptions électorales ;
- la mise en place d'un comité permanent pour recevoir et étudier les éventuelles plaintes et autres dysfonctionnements relevés ;

- l'utilisation du nouveau système de monitoring pour les radios et les télévisions ;
- la formation d'équipes pour le suivi de la presse écrite et de la presse en ligne ;
- la réactivation et la mise à jour régulière du site du CNRA ;
- l'intervention de membres de l'Assemblée ou du personnel du CNRA sur les antennes de certains médias ;
- l'implication de l'Union des radios associatives et communautaires (URAC) pour la sensibilisation de ses membres.

Dans la même logique, un atelier de renforcement des capacités des professionnels des médias en matière électorale a été organisé par la Direction générale des élections (DGE). Ce séminaire portant sur « *La place de la presse dans le processus électoral* » visait à leur fournir les informations utiles et nécessaires pour leur permettre d'assurer une bonne couverture de ces consultations populaires.

Cette rencontre a enregistré la participation effective de journalistes et de cadres d'institutions impliquées dans l'organisation et le contrôle des élections.

Des communications sur les sous-thèmes suivants : « *Ethique, responsabilité et déontologie du journaliste* » et « *La couverture journalistique des élections* » appelant à une bonne couverture médiatique ont été délivrées au profit des journalistes participants.

Le CNRA a procédé à la supervision de la couverture médiatique des élections locales du 29 juin 2014, tant au niveau de l'audiovisuel, de la presse écrite que de la presse en ligne. L'organe de régulation s'est acquitté de cette tâche, malgré certaines difficultés liées à la complexité et à la spécificité de ces consultations populaires, notamment :

- le nombre important des listes en compétition (plus de 2700), réparties dans les 602

- collectivités locales du territoire national ;
- l'inexistence de temps d'antenne organisés pour les listes de candidats en compétition.

L'aide d'un nouvel outil

Toutefois, le travail de suivi des médias audiovisuels a été facilité grâce à l'acquisition d'un nouveau système de monitoring qui a permis de suivre la précampagne. Pendant cette période de trente jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale et située entre le 16 mai à 00 heure et le 14 juin à minuit, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés.

A cet effet, le Conseil, par un communiqué en date du 14 mai 2014, avait attiré l'attention de l'ensemble des médias publics et privés ainsi que celle des acteurs politiques sur les dispositions légales relatives à la couverture médiatique de ces élections.

Constats sur l'observation de la loi

Malgré ce communiqué invitant les organes de presse au respect des dispositions légales, le service de monitoring et de veille du CNRA a constaté des violations manifestes du Code électoral.

Au total et en résumé, les constatations résultant de l'observation du traitement médiatique de la période électorale par les différents supports ont révélé des violations des dispositions légales et des stipulations des cahiers de charges.

La précampagne électorale, des activités assimilables à de la propagande déguisée au sens de l'article L.61 du Code électoral ont été couvertes et diffusées, de même que des commentaires de présentateurs ou d'animateurs d'émissions audiovisuelles faisant l'éloge de tel candidat ou de

son bilan. Le CNRA avait aussi publié une recommandation sur le traitement de l'information dans les médias durant les périodes de précampagne et de campagne, afin de faciliter une prise en charge équitable des différents candidats et listes de candidats.

Pendant la campagne électorale, par un communiqué publié le 13 juin 2014, le CNRA avait rappelé les dates limites de la période de campagne électorale et les dispositions légales en vigueur en matière de couverture médiatique.

Malgré la clarté des dispositions de l'article L.61 et le rappel par le CNRA, plusieurs cas de violations ont été relevés comme l'attestent les rapports de monitoring. Durant l'année, certains éléments ont été notés dans le monitoring des médias audiovisuels et dans la presse écrite (lors de la période électorale), entre autres :

1. la diffusion de manifestations d'humeurs ou autres mouvements de contestations avec des propos menaçants voire carrément violents;
2. les violations manifestes du Code électoral, pendant la période de campagne électorale pour les locales du 29 juin 2014, notamment :
 - les offres publicitaires commerciales de promotion et de propagande électorales ;
 - les publiereportages et les insertions publicitaires au profit de certains candidats ou listes de candidats ;
 - les déclarations et autres manifestations de soutien à des candidats, à des listes de candidats ou à des responsables de partis politiques ;
 - les ruptures notoires de l'équilibre et de l'équité dans le traitement de l'information

Réseau international des régulateurs

HARMONISER LES MECANISMES DE REGULATION

Le CNRA s'est inscrit dans une dynamique communautaire pour mieux jouer son rôle de régulation face aux défis numériques en rejoignant le Réseau des instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC) et le Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM). Ces instances ont pour mission d'apporter des réponses concertées entre états pour la protection des publics. De nos jours, l'un des principaux défis est de mettre sur pied et rendre opérationnels des mécanismes d'harmonisation de la régulation des contenus audiovisuels, alors même que les législations existantes sont très limitées.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) s'est illustré non seulement par son engagement dans une approche sous-continentale mais également par son implication internationale à travers le Réseau des instances africaines de Régulation de la communication (RIARC) et le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM). Son intégration dans ses réseaux a pour principal objectif d'apporter des réponses appropriées sur la régulation dans un contexte marqué par la globalisation des contenus médiatiques. La régulation est un devenu un enjeu global où les autorités de régulation des médias s'allient pour forger les moyens de protéger les publics, à travers des activités périodiques tenues sur divers thèmes.

En vue de la mise en œuvre d'une régulation des contenus audiovisuels diffusés par satellite et les nouveaux moyens de communication, le CNRA a participé à un colloque international du RIARC, à Abidjan, les 10 et 11 juin, pour une « réglementation de la communication audiovisuelle par satellite et les nouveaux moyens de diffusion ». Les objectifs spécifiques consistaient à relever les insuffisances des législations existantes dans le domaine de la communication audiovisuelle par le satellite et les nouveaux moyens de diffusion, afin de proposer des mécanismes d'harmonisation de la régulation des contenus audiovisuels dans les pays membres du RIARC.

L'idée retenue est de dégager des recommandations ou propositions aux Etats membres du RIARC en vue de l'amélioration de la réglementation de la communication audiovisuelle par le satellite et les nouveaux moyens de diffusion, notamment l'Internet et les réseaux mobiles évolués. Il était question, au cours de cette rencontre, d'identifier les dispositions réglementaires pratiques à mettre en œuvre faisant valoir une régulation adaptée dans un contexte de mutations sociétales importantes sous la portance des technologies de l'information et de la communication. Un plaidoyer fort en faveur de l'émergence d'un cadre minimal, transnational caractéristique d'une zone réglementaire harmonisée a été porté à l'attention des autorités.

En marge de ce colloque, la troisième réunion des présidents des instances de régulation membres de la Plateforme des régulateurs de l'Afrique des pays membre de l'UEMOA et de la Guinée et l'UEMOA a été tenue pour procéder à la validation du plan d'action biennal de la plate-forme, à l'évaluation du mode de financement de l'organisation.

Constatant la multiplication des chaînes de télévision transportées par satellite sur le continent africain, il a été rappelé aux participants la possibilité pour les états de demander l'exclusion de leurs territoires de la zone de couverture satellitaire si les contenus ainsi diffusés ne sont pas conformes à leur réglementation. A ce titre, le Président du CNRA a toutefois exposé sa préoccupation profonde pour l'indépendance de la régulation dans sa définition et sa mise en œuvre dans son rapport à la chaîne de valeur audiovisuelle, et, dans ce cas précis, face à certains opérateurs satellitaires. Ces derniers, a souligné M. Babacar Touré, s'essayaient encore à souffler aux régulateurs africains leurs propres règles et préoccupations au nom de certains fondements caractéristiques de la liberté d'information et du droit d'entreprendre dans un monde des ondes ouvert qui défie toutes contraintes spatio-temporelles. Pour le Président, l'Afrique est dans une dynamique propre à un



contexte sociétal en perpétuelle mutation où chacun doit être dans son rôle.

Pour faire face à la convergence technologique, les participants plaident une harmonisation des législations sur la communication audiovisuelle par régions ou communautés économiques régionales. Ces passerelles réglementaires pourraient s'articuler autour des institutions régionales consacrant la création de Directions ou de Départements dédiés à la communication audiovisuelle en charge de la constitution d'un socle « minimal » commun de législation. Dans cette perspective, il paraît nécessaire d'envisager la mise en place d'un groupe de travail au sein du RIARC, ayant pour objectif l'élaboration de projets de textes usuels dans les sphères communautaires, que ce soit des règlements (obligatoires et directement applicables), des directives (qui fixent

des objectifs à atteindre et n'ont aucun caractère contraignant) ou des décisions (obligatoires à l'égard des parties concernées).

Dans le cadre du plan du REFRAM adopté lors de la 3e conférence des Présidents de N'Djaména, un atelier de restitution et de partage des résultats du projet-pilote réalisé par la HACA du Maroc, les 27 et 28 octobre, portant sur : « L'égalité entre hommes et femmes à travers les médias audiovisuels : rôle du régulateur ». C'est une rencontre en faveur de la lutte contre les stéréotypes fondés sur le genre et de la promotion de l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels. Il fallait partager et échanger sur les principes et des engagements du Réseau en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes dans et à travers les médias.

Régulation et égalité homme-femme

ACCOMPAGNER LA LOI SUR LA PARITE

Contribution du CNRA à l'avancement de la réflexion sur le rôle et l'impact des médias sur l'égalité entre femmes et hommes dans nos sociétés, **Présentée par Mme Caroline Thiam, Membre du Conseil à l'atelier de restitution et de partage sur un projet pilote en faveur de l'égalité Homme-Femme**

Rabat - Maroc, 27 et 28 octobre 2014

Au Sénégal, nous avons choisi, en tant que régulateurs d'accompagner la loi sur la parité absolue Homme-Femme.

L'égalité entre les femmes et les hommes est un enjeu vieux comme le monde et il est depuis peu une valeur de gouvernance publique. A ce titre, cette valeur nouvelle et dérangeante à bien des égards est une question de société et elle appelle inévitablement la médiation des médias, notamment audiovisuels pour faire évoluer les mentalités.

En prenant cette décision et en lançant cette action, le CNRA a pris comme point de départ et comme cadre la loi dont notre pays s'est doté. En effet, en mai 2010, les pouvoirs publics de la République du Sénégal ont imprimé leur volonté politique d'impulser une marche forcée de la société sénégalaise vers l'égalité entre hommes et femmes. Une loi a été votée qui institue la parité absolue Homme-Femme dans les instances électives et semi-électives. En application de cette loi, la législature portée au pouvoir en 2012 a consacré l'une des assemblées nationales des plus égalitaires avec 42.7% de femmes. D'après les statistiques de l'Union Parlementaire du 31 octobre 2012, le Sénégal occupait ainsi le sixième rang mondial des parlements les plus équitables.

Que dit cette loi ?

- L'exposé des motifs rappelle qu'en vertu de la Convention des Nations Unies du 18 décembre 1979 et du Protocole à la Charte Africaine des Droits de l'Homme du 11 juillet 2003 sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, il est établi la responsabilité des gouvernements dans la mise en œuvre des mesures visant à garantir aux femmes une participation égale à la vie politique
- Malgré d'évidents progrès législatifs, les femmes restent encore minoritaires parmi les élus et leur participation à la prise de décision politique est loin de correspondre à leur contribution effective à la société et à la vie politique. Aussi, est-il apparu nécessaire de prendre des mesures concrètes à même de corriger rapidement cette sous-représentation en assurant l'égalité absolue des candidatures des hommes et des femmes dans toutes les institutions totalement ou partiellement électives.
- En mai 2010, l'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté la loi et sa mise en œuvre prévoit :
 - o **Article premier.** - *La parité absolue homme-femme est instituée au Sénégal dans toutes les institutions totalement ou partiellement électives*
 - o **Art. 2.** - *Les listes de candidatures sont alternativement composées de personnes des deux sexes. [...] Les listes de candidatures doivent être conformes aux dispositions ci-dessus sous peine d'irrecevabilité*

Cette avancée politique et institutionnelle devra s'accompagner de changements sociétaux et d'avancées dans le statut de la femme dans la société pour que la parité et ultimement l'égalité deviennent réalité.

Faute d'un tel aménagement social, le statut de la femme sénégalaise fonctionnera à deux vitesses. Un décalage important existe entre le statut politico-institutionnel et le statut socioculturel qui se vit dans la sphère privée.

Cette discordance est préjudiciable, en premier lieu, à la femme sénégalaise du point de vue de ses droits et, en second lieu, au potentiel de la nouvelle loi sur la parité à faire avancer la société vers plus d'équité. Il est donc important de réduire ce retard qui repose essentiellement sur des facteurs culturels et l'état des mentalités.

Transformer les mentalités est le rôle des médias et, plus particulièrement, des médias audiovisuels.



Le défi est maintenant de transformer cette volonté politique en un projet de société. En une valeur partagée.

Cette mission et cette responsabilité échoient naturellement aux forces modernes de transformation sociale, au premier rang desquelles les médias. Tous les acteurs politiques et sociaux sont aujourd'hui placés devant l'obligation légale, politique et éthique d'accompagner la réalisation de la loi sur la parité au bénéfice de la société sénégalaise.

L'aspiration est présente dans la société sénégalaise de transformer les rôles et les pouvoirs respectifs de l'homme et de la femme dans les sphères privée et publique.

Les sources d'inspiration et les ressources politiques, économiques, symboliques existent et sont disponibles pour oser envisager le féminisme, combattre les stéréotypes sexistes, sans peur et sans complexes. Il s'agit de :

- *La mission du CNRA ;*
- *L'esprit de la Déclaration sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels, adoptée par les Présidents des instances du REFRAM en septembre 2011 ;*
- *L'Article 2 paragraphe 2 du Protocole à la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples (Protocole de Maputo, signé et ratifié par l'Etat du Sénégal) qui stipule "Les États s'engagent à modifier les schémas et modèles de comportement socioculturels de la femme et de l'homme par l'éducation du public par le biais des stratégies d'information, d'éducation et de communication, en vue de parvenir à l'élimination de toutes les pratiques culturelles et traditionnelles néfastes et de toutes autres pratiques fondées sur l'idée d'infériorité ou de supériorité de l'un ou l'autre sexe, ou sur les rôles stéréotypés de la femme et de l'homme " ;*

- *Le programme des Valeurs Partagées de l'Afrique porté par le Département des Affaires Politiques de l'Union Africaine qui s'appuie résolument sur la communication sociale pour promouvoir une culture de gouvernance démocratique et participative.*

Le projet entrepris par le CNRA appelle le secteur audiovisuel sénégalais à accompagner la loi sur la parité absolue Homme-Femme. 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.

Le rôle du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) dans le projet est

- d'affiner sa propre vision du rôle des médias dans la quête d'équité et de transformation sociétale ;
- de susciter et encadrer le débat public ;
- de se donner les moyens de réguler, contrôler et inciter les médias à se joindre à cette « marche forcée vers l'égalité et plus de justice sociale ».

Le CNRA s'efforce de désigner le chemin que doivent tracer les médias et forces de suggestion sociétales. Le travail spécifique du CNRA consiste à orienter, éclairer et baliser le chemin.

Le CNRA en tant qu'autorité de régulation veille au respect du contenu des cahiers des charges qui fait une part importante aux valeurs qui fondent et cimentent la vie en société. La parité est une des nouvelles valeurs de la République sénégalaise. La quête d'égalité une des valeurs portées par la société civile.

Le projet consiste en une série d'actions complémentaires de transformation des lignes éditoriales et contenus diffusés par les médias audiovisuels afin d'informer et éduquer la société sénégalaise à l'égalité entre hommes et femmes.

Quatre grandes actions sont envisagées :

- SUSCITER ET ORIENTER LE CHANGEMENT /des activités d'information, réflexion, concertation
- FORMER / des activités de formation des régulateurs, responsables de médias et d'organisations citoyennes (de droits des femmes et d'autres)
- FACILITER LE DEVELOPPEMENT DE SOURCES D'INFORMATION
- DEVELOPPER LE ROLE DU REGULATEUR.
- A cela s'ajoute un enjeu spécifique aux médias : la représentation dans les médias

En effet, la marginalisation des femmes a significativement reculé, mais cela de façon inégale et insuffisante au vu de la surenchère de défis qu'annonce le passage au numérique. Des questions de fond demeurent et nous interpellent. La présence des femmes dans le secteur des médias au Sénégal a connu des avancées importantes, mais reste marquée par un déséquilibre notable. Même si nous ne disposons pas encore de statistiques récentes (le dernier monitoring remonte à 2005 et les choses ont beaucoup évolué) :

- **Les responsables éditoriaux des 15 médias les plus lus, regardés, écoutés** à échelle nationale **sont tous des hommes**
- C'est **dans le service public audiovisuel** que l'on note le plus d'entrées de femmes
- La **presse écrite d'Etat** compte un faible nombre de femmes journalistes
- **L'audiovisuel privé** a connu une entrée importante de femmes dans les radios et surtout dans les télévisions, notamment dans les fonctions d'animatrices
- **La presse écrite privée** est également à la traîne fortement dominée par une présence masculine

- **C'est dans les radios communautaires que la présence des femmes a très significativement progressé**

- Dans les organisations professionnelles telles que les syndicats, cela fluctue
- Dans les écoles de formation en journalisme, le corps enseignant reste très masculin, même si on compte de plus en plus d'étudiantes.

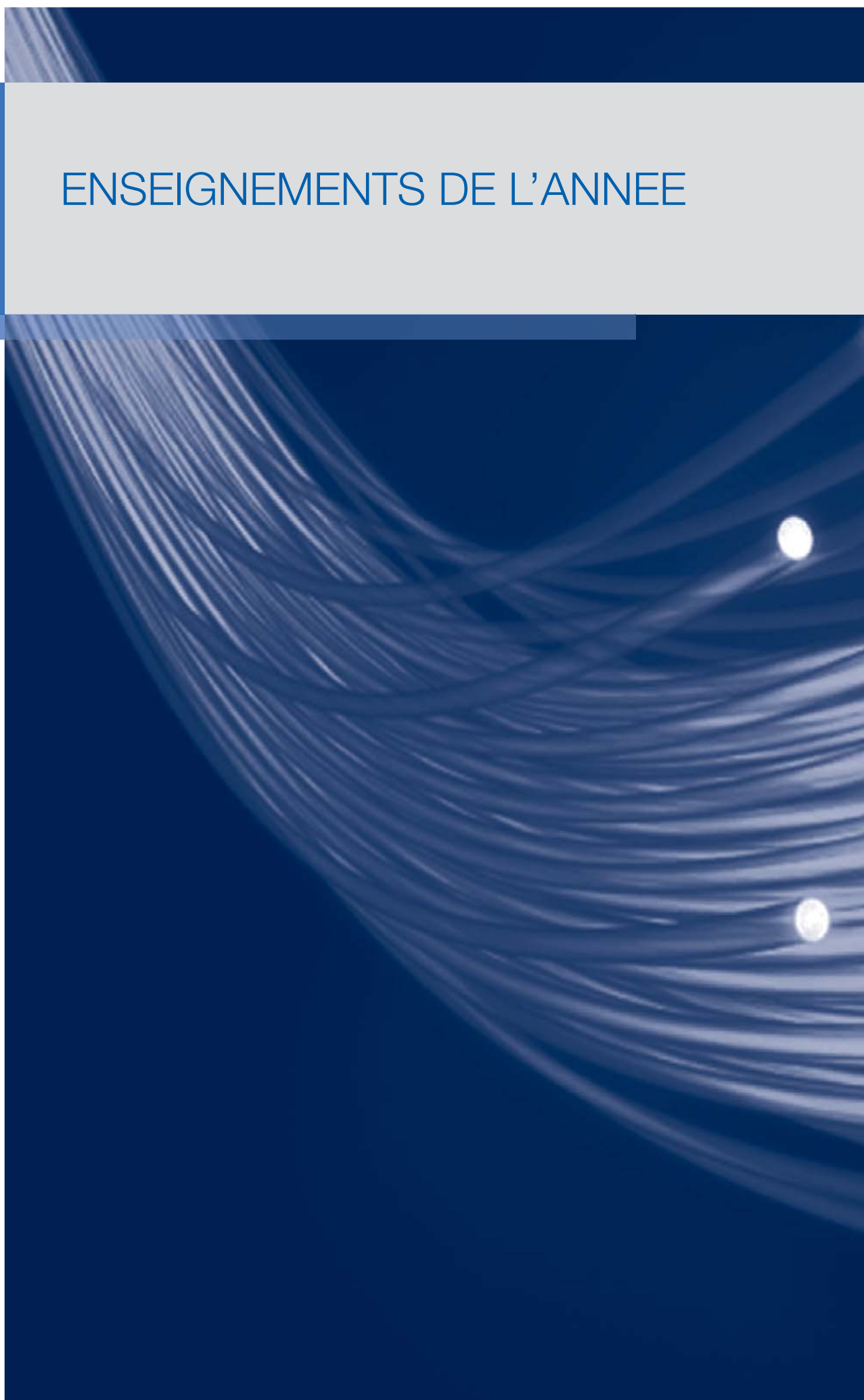
Enfin, **nous devons interroger ou réinterroger la représentation de la femme dans les médias. Comment évolue leur présence dans les médias, surtout depuis que la parité est instituée ? La parité est-elle représentée dans les contenus et lignes éditoriales ? La parité est-elle projetée dans les salles de rédaction et dans le staff de gestion des médias ? Comment se comporte la femme face aux médias ? Quelle appréciation les femmes ont-elles de leur représentation et présence dans les médias ? Quel est le besoin de faire évoluer la situation ?**

La conjonction de ces actions devra produire un double effet :

- Un effet d'une campagne de mobilisation des acteurs
- Un effet de transformation structurante du tissu audiovisuel.

C'est un projet ambitieux, mais sur le chemin duquel le Sénégal est bien engagé.

ENSEIGNEMENTS DE L'ANNEE





Créativité et expertise sénégalaises

TECHNOLOGIE ET FINANCEMENT DU PASSAGE AU NUMÉRIQUE

L'expertise et la créativité sénégalaises à l'épreuve d'une approche technologique et d'un modèle économique et financier innovants pour la réussite de la transition vers le numérique.

Face à la rareté des ressources en fréquences pour satisfaire les besoins de plus en plus nombreux, tant pour le secteur de l'audiovisuel, en particulier la radio et la télévision, que celui du secteur des télécommunications et de l'Internet, en particulier le service mobile, l'Union internationale des Télécommunications, agence spécialisée des Nations Unies, avait jugé opportun et urgent de convoquer en juin 2006 à Genève, pour la région 1 et une partie de la région 3 (Afrique, Europe et une partie de l'Asie), une conférence régionale (CRR06) destinée à re-planifier les bandes de fréquences (VHF et surtout UHF) affectées à la télévision terrestre.

Lors de cette rencontre, la plupart des Etats africains, dont le Sénégal, se sont engagés, dans le cadre d'un accord dit GE06, à procéder à la transition numérique au plus tard le 17 Juin 2015 à 01H00 GMT.

Cet engagement pris vis à vis de l'UIT et de la communauté internationale se situe en droite ligne des décisions issues du Sommet mondial de la Société de l'Information (SMSI) tenu en décembre 2003 à Genève, réaffirmées à Tunis en 2005, lesquelles anticipaient déjà sur la convergence des systèmes de communication classique du multimédia et de l'audiovisuel et préconisaient des mesures pour assurer la mobilité et le même accès partout dans le monde, aux nouveaux moyens de communication symbolisés actuellement par les ordinateurs, les smartphones, les tablettes et autres écrans numériques qui vont devenir les nouveaux modes d'usage mobile et interactif pour la télévision, la radio, l'Internet, la téléphonie, les services....

Cette évolution a été rendue possible grâce aux possibilités offertes par le développement des technologies numériques, notamment la numérisation et la compression.

En effet, en mode de diffusion analogique utilisé jusqu'ici, chaque chaîne de télévision a besoin d'une (01) fréquence, alors qu'en mode de diffusion numérique, sur la même fréquence, on peut diffuser jusqu' à 20 chaînes en Simple Définitions (SD) ou 5 chaînes en Haute Définition (HD).

La transition de l'analogique vers le numérique, communément appelée TNT, formulation utilisée pour adresser ce changement de technologie dans la fourniture des services de télévision, va révolutionner tout le secteur de l'audiovisuel.

Ce changement aura des impacts certes au plan technologique, mais les véritables enjeux sont ceux à caractère juridique, socioculturel et économique.

Pour respecter cet engagement international, le Sénégal a pris les dispositions idoines, notamment la création par arrêté du Premier Ministre le 24 août 2010 d'un Comité national pour le Numérique (CNN) qui avait élaboré et déposé une stratégie nationale avec des recommandations pertinentes.

La transition vers le numérique offre des opportunités qui vont au-delà de la seule télévision simple récepteur. Elle permet notamment de promouvoir le développement de services interactifs à travers la télévision et, par conséquent, d'ouvrir la voie qui mène vers la société de l'information et du savoir. Cette nouvelle donne devrait accélérer l'avènement d'une économie numérique, source de croissance et de création d'emplois nouveaux. L'Etat du Sénégal a estimé opportun de franchir un pas supplémentaire en mettant en place, un Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique (CONTAN) dont la mission consiste essentiellement :

Par Amadou TOP Directeur exécutif du CONTAN

- à réaliser le basculement vers la TNT dans les délais, à travers la construction d'une nouvelle infrastructure numérique convergente et mutualisée, mais aussi,
- à procéder à l'élaboration de critères et de conditions de création, d'exploitation et de diffusion de contenus audiovisuels et à la révision des cahiers des charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels
- à mettre à niveau le cadre juridique par rapport au nouveau contexte numérique
- à favoriser l'éclosion de nouvelles chaînes radio, noisivélét et de nouveaux médias numériques orientés vers l'éducation et la santé, en particulier dans les zones rurales et en langues nationales
- à proposer un programme de réduction du ésof numérique et de génération d'emplois par la mise en œuvre des téléservices.

Le CONTAN, créé par décret N°2013-1432 du 12 novembre 2013 et placé directement sous la supervision directe du Président de la République, est composé d'un Comité de Pilotage présidé par le Président du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) et d'un Directeur exécutif assisté d'experts.

Le Comité de Pilotage est composé des représentants des institutions, ministères et agences directement impliqués dans le processus :

- un représentant de la Présidence de la République
- un représentant de l'Assemblée nationale
- un représentant de la Primature
- un représentant du Conseil économique, social et environnemental
- un représentant du Ministère en charge de la Communication

- un représentant du Ministère de la Justice
- un représentant du Ministère de l'Intérieur
- un représentant du Ministère des Affaires étrangères
- un représentant du Ministère de l'Economie et des Finances
- un représentant du Ministère en charge de la Culture
- un représentant du Ministère du Commerce
- un représentant de l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes
- un représentant de l'Agence de Développement de l'Informatique de l'Etat
- un représentant du Fonds de Développement du Service Universel des Télécoms.

Dès son installation, le 27 décembre 2013 par le Président de la République, le Comité de Pilotage a élaboré une feuille de route et a lancé un appel à candidatures pour la construction d'une infrastructure **TNT** convergente et mutualisée, pour le multiplexage, le transport et la diffusion sur l'ensemble du territoire national, pour des chaînes en clair et des chaînes cryptées, et intégrant les possibilités pour la télévision interactive.

Un candidat national sort du lot : une confirmation de l'expertise et de la créativité sénégalaises

Sur la vingtaine de candidatures reçues, dont certaines venant de grandes compagnies étrangères, celle du groupe sénégalais EXCAF TELECOM sera celle qui sera la plus conforme aux critères définis par le CONTAN, à savoir le déploiement d'un réseau TNT respectant les normes (DVB T2, MPEG 4 AVC) retenues au niveau régional UEMOA et CEDEAO et garantissant



la couverture totale du territoire en excellente qualité technique et les possibilités de télévision interactive (guide électronique des programmes, vidéo à la demande, vidéo de rattrapage, multilingue...) ainsi que l'archivage numérique, la mesure automatique d'audience.

Au-delà des solutions technologiques, le groupe EXCAF a proposé un modèle financier innovant qui repose sur la mobilisation d'un financement de la totalité des investissements nécessaires y compris les 865 000 décodeurs prévus pour les foyers (raccordés à l'électricité), le tout à hauteur d'environ quarante milliards de francs CFA. En contrepartie, le groupe EXCAF bénéficie de deux canaux multiplex sur les quatre disponibles, soit l'équivalent de 40 chaînes qu'il va commercialiser à travers un bouquet payant.

A côté de ce modèle financier qui permet à l'Etat de ne pas déboursier pour l'investissement, le

groupe EXCAF a proposé un modèle socioéconomique qui prévoit la création de 5000 emplois directs, de nombreux emplois indirects, l'assistance technique des populations, la formation des acteurs.

Le processus opérationnel est en cours

Le contrat liant l'Etat au groupe EXCAF, signé le 13 août 2014 et notifié le 26 août 2014, est actuellement en cours d'exécution.

Le cœur de réseau abritant le centre de multiplexage et de supervision a été réalisé. La région de Dakar est actuellement couverte et les premiers tests effectués sont concluants.

L'implantation des 29 sites de diffusion prévus à travers le territoire national, a démarré avec celui de Thiès. Un planning de déploiement en

4 étapes (zone Centre Ouest, zone Centre et Nord Est, zone Nord, zone Sud et Sud Este) a été arrêté en rapport avec le partenaire technique et financier EXCAF.

Les facteurs clés de succès ne sont pas en reste: l'encadrement juridique, la communication et la formation, l'assistance aux populations

Parallèlement à la mise en place opérationnelle du réseau, les études juridiques se poursuivent et les rencontres avec les différentes parties prenantes se succèdent. Ainsi après avoir rencontré les éditeurs publics et privés, le CONTAN envisage de rencontrer les institutionnels (Gouvernement, Assemblée nationale, Conseil économique social et environnemental, les Collectivités locales, les producteurs, les organisations professionnelles, les associations de consommateurs...).

Un plan de communication et un plan de formation ont été élaborés et leur mise en œuvre a démarré et se poursuivra durant tout le processus.

Une assistance technique composée de techniciens et antennistes est prévue pour permettre aux populations de bénéficier de tous les bienfaits de la TNT. Un centre d'appels est mis à leur disposition.

La complémentarité et la mutualisation des réseaux de l'Etat, un principe fondamental

Dans la dynamique de rationalisation et de mutualisation des infrastructures devenues convergentes, le CONTAN avait lancé, en même temps que la TNT, un appel à candidatures pour le bouclage du réseau national fibre optique de l'ADIE. Ainsi, pour assurer le transport des programmes

de télévision entre le cœur de réseau, actuellement situé à Dakar, et les différents sites régionaux de diffusion de la TNT, il a été convenu avec le partenaire de faire recours à ce réseau national, lequel sera complété par d'autres réseaux privés, notamment ceux des opérateurs télécom.

Vers la création d'un opérateur unique pour le transport et la diffusion

Dès l'instant que la diffusion sera mutualisée, l'Etat envisage de créer très prochainement un opérateur unique en charge du multiplex, du transport et de la diffusion pour toutes les chaînes.

Les téléspectateurs auront désormais accès à la TNT mais aussi aux services interactifs

L'interactivité (et la mobilité), fruit de la convergence entre audiovisuel, télécoms et tic, constitue à nos yeux, l'innovation dans le modèle retenu pour la TNT au Sénégal.

Comme partout à travers le monde, le succès des entreprises ayant réussi dans le domaine des réseaux numériques réside dans leur capacité à intégrer, de manière efficace, différentes solutions basées sur des technologies venant d'origines diverses.

C'est ce qu'a compris EXCAF, une société qui évolue dans le domaine de l'audiovisuel depuis 42 ans. EXCAF emploie un personnel sénégalais disposant de compétences techniques avérées. EXCAF est appuyée par une expertise étrangère venant d'équipementiers de renom comme ABE, DV International, KAON, Conax, Harmonics, mais aussi et surtout Httv qui a déployé la solution dite HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) dont le rôle consiste à assurer l'interactivité et l'accès à divers services dont la vidéo de rattrapage, la Vidéo à la Demande (VOD).

Il est évident que l'accès aux services interactifs connectés, qui constituent un plus par rapport à la TNT, nécessite un retour Internet soit par ADSL, soit par WIFI, soit par satellite, soit à travers le réseau mobile (3G/4G) des opérateurs télécom.

D'ailleurs, c'est ce besoin spécifique relatif à l'accès à Internet qui avait poussé le CONTAN à lancer, en même temps que la TNT et la fibre optique, un troisième lot pour la construction d'un réseau mobile 4G LTE, lequel a été suspendu par les autorités, le temps d'approfondir la réflexion et de trouver les meilleures solutions pour faciliter l'accessibilité géographique et financière des citoyens à l'Internet.

Des avantages multiples et des opportunités pour toutes les parties prenantes impliquées

En définitive, la TNT, selon le modèle adopté par le Sénégal, offre de multiples avantages à la fois pour les éditeurs de radio et télévision, pour les auteurs, créateurs et producteurs de contenus, pour les développeurs d'applications informatiques, pour les fournisseurs de services interactifs, pour l'Etat et les collectivités locales mais aussi et surtout pour les citoyens. On peut citer notamment :

- Pour les éditeurs de chaînes de radio et télévision

La mise en place d'un opérateur unique de multiplexage qui aura également la charge d'acheminer d'abord, les signaux entre les chaînes de télévision et le centre de multiplexage, ensuite le transport jusqu'aux sites de diffusion qui véhiculent les programmes vers les foyers pour permettre aux populations, partout à travers le territoire national, de recevoir grâce à une simple antenne (type râteau), la télévision numérique et les services associés, en très bonne qualité son et image.

Par conséquent, l'éditeur de contenu de télévision ou chaîne de télévision, s'affranchira de toutes les contraintes liées à la prise en charge d'un réseau national de transport et de diffusion, notamment les impacts positifs sur le CAPEX ou coûts d'investissement (pylônes, bâtiments, équipements techniques de diffusion, groupes électrogènes, climatisation,...) et l'OPEX ou coûts d'exploitation du réseau de diffusion (énergie électrique, entretien, maintenance, personnel, redevance pour les fréquences).

Par ailleurs, les frais de location de satellite et de mise en marche dans de bonnes conditions des antennes par des techniciens chevronnés, tout comme le gardiennage de certains relais hertziens ne relèveront plus de ses obligations. Tout comme les aspects sécuritaires tels que la protection contre les surtensions, la foudre (parafoudre, paratonnerre).

Même les producteurs privés et indépendants de contenus audiovisuels ainsi que les prestataires de télé-services pourront accéder à la plateforme HbbTV pour offrir des services.

- Des opportunités pour l'archivage numérique, la mesure d'audience automatique

A côté de ces opportunités, il faut insister sur la possibilité pour les éditeurs de contenus télé, de sauvegarder tous leurs contenus sur le serveur d'archivage implanté au niveau du centre de multiplexage et dont l'extension se poursuivra avec la création par l'Etat d'un futur data center de très grande capacité à Diamniadio. Cette plateforme d'archivage dont l'accès à distance sera réglementé (respect des droits d'auteur), constitue une source de création de valeur ajoutée commerciale.

Les résultats des sondages « commandés » et utilisés comme arguments de vente pour les mieux placés dans les scores, mais aussi souvent

décriés du fait des possibilités de manipulation, vont désormais être remplacés par un système de mesure automatique d'audience. Ce dernier, implanté au niveau du centre principal de multiplexage, fera l'objet d'une réglementation.

En définitive, l'éditeur se concentre exclusivement sur son métier de base : concevoir, produire, co-produire, acquérir, éditer des programmes audiovisuels de qualité et des services à valeur ajoutée, tout en veillant au respect des droits d'auteur et droits voisins.

- Des avantages multiples pour les consommateurs (et les abonnés)

Pour les consommateurs, ils auront désormais la possibilité d'accéder à un bouquet de chaînes nationales gratuites (jusqu'à 40 chaînes et de manière évolutive), à caractère généraliste, thématique, à dimension nationale et locale, mais aussi à des services comme la vidéo de rattrapage ou replay, aux données associées aux contenus ou métadonnées, à des contenus multilingues, à la radio via le téléviseur.

Pour les téléspectateurs qui disposent d'Internet, ils pourront, en plus, avoir accès à des services interactifs connectés comme la vidéo à la demande (VoD), le téléachat, le vote ou le pari au cours d'une émission et tous les services disponibles sur Internet. À côté des contenus nationaux gratuits associés à l'interactivité nécessitant l'accès à Internet, les citoyens qui le désirent pourront s'abonner à un bouquet payant commercialisé par le partenaire EXCAF, pour garantir son retour sur investissement évalué à environ 40 milliards pour une période de cinq ans renouvelables.

- Pour le secteur des télécom et tic

Après le basculement vers le numérique en juin 2015, le secteur de l'audiovisuel va libérer des fréquences « en Or » appelées « Dividende numérique » dont les caractéristiques sont réputées être efficaces pour le service mobile des télécommunications et donc recherchées par les opérateurs télécom pour la 4G LTE et les fournisseurs d'accès à l'Internet mobile large bande.

- Pour l'Etat et les collectivités locales

La transition vers la TNT est un atout pour promouvoir la diversité culturelle et linguistique, un moyen pour contribuer au renforcement de la démocratie participative et inclusive à travers le pluralisme de l'information et la proximité, à travers la création de plusieurs chaînes nationales et locales, thématiques.

Au-delà des enjeux financiers suscités au niveau du secteur dynamique des télécom & tic, l'exploitation de ces fréquences en or constitue, pour l'Etat et les collectivités, une opportunité pour réduire la fracture numérique et raccourcir le chemin qui nous mène vers la Société de l'Information et du Savoir d'une part, et, d'autre part, un levier pour accélérer l'avènement d'une véritable économie numérique, et génératrice de croissance, d'emplois et de richesses.

Sur ce dernier aspect, il faut souligner qu'une étude réalisée par la Banque mondiale en 2009 avait révélée qu'une augmentation de 10% du taux de pénétration de l'Internet se traduit par une augmentation de 1.3 % du taux de croissance.

Passage au numérique

FAQ – FOIRE AUX QUESTIONS

La TNT prendra-t-elle en charge la diffusion de chaînes régionales et locales ?

Oui le passage au numérique ouvre également la possibilité de déployer des chaînes au niveau local. Le schéma défini par le CONTAN prévoit que chaque tête de réseau régionale (chaque émetteur) pourrait assurer la diffusion de chaînes régionale et/ou locales en plus des chaînes nationales qui seront multiplexées depuis la tête de réseau nationale. Ces chaînes peuvent être des filiales régionales des groupes de presse ou exister uniquement au niveau régional / local.

Le réseau est actuellement dimensionné de manière à diffuser au niveau de chaque site, plusieurs chaînes régionales voire zonales.

Néanmoins, une étude du spectre est en cours en rapport avec l'ARTP, notamment pour apprécier les capacités en ressources fréquentielles disponibles dans chaque zone.

Qu'en sera-t-il des chaînes thématiques ?

La TNT est une opportunité pour favoriser l'éclosion de nouvelles chaînes régionales et thématiques, de manière à promouvoir davantage la diversité culturelle et linguistique, à contribuer au développement social et économique à travers l'accès à l'éducation, à la santé...

A ce niveau également, des règles seront édictées dans le futur cadre juridique.

Le principe consistant à autoriser la RTS à diffuser en HD étant retenu, les autres chaînes pourraient-elles faire la même demande en HD ?

Pour l'instant, compte tenu du nombre de canaux prévus pour les MUX (2), seule la RTS pourra émettre en HD, à titre expérimental. La HD est gourmande en bande passante (environ 1 chaîne Haute Définition = 5 chaînes Standard Définition) et les ressources sont limitées. Cependant, en fonction de l'évolution des capacités du réseau, nous envisageons d'élargir la HD à toutes les chaînes. Il est évident que le coût de diffusion en HD est beaucoup plus élevé. Hormis le coût élevé de la diffusion, l'exploitation de la HD nécessite de la part de l'éditeur, des équipements de production HD.

Comment se fera la tarification pour le service de diffusion ?

Un groupe de travail se penche actuellement sur la question et livrera ses conclusions et recommandations à l'Etat, après consultation avec les diffuseurs. Certains critères dont la nature de la chaîne, sa zone de couverture (national, régional, international), son mode de diffusion (SD ou HD), etc. seront pris en compte.

Est-ce qu'un appui à la production nationale est prévu ?

Compte tenu de l'arrivée de nouvelles chaînes sénégalaises qui vont enrichir le paysage audiovisuel national et au regard de la forte concurrence des chaînes étrangères, notamment à travers le satellite et l'Internet, il est nécessaire de mettre en place un mécanisme pour l'appui à la production nationale.

L'Etat, dans le cadre de sa politique d'appui à la presse en général et à la création/production audiovisuelle en particulier, apportera très prochainement la réponse à cette question.

Comment s'effectuera la contribution des chaînes (mise à disposition des programmes au centre de multiplex) ? Qu'en sera-t-il des chaînes à vocation nationale et émettant depuis les régions de l'intérieur et qui doivent être acheminées vers le multiplex central en vue d'une diffusion nationale, voire internationale ?

La contribution sera prise en charge par la société de gestion, quel que soit le lieu d'implantation de la chaîne. Elle se fera par fibre optique ou faisceau hertzien selon le cas.

Les frais de prise en charge seront intégrés dans le coût global de transport et de diffusion.

Comment se fera la diffusion à l'international (moyens propres ou mutualisés). Si c'est mutualisé, qui fera le cryptage, la diffusion, la facturation, le partage des revenus tirés des abonnements à l'étranger ?

Le CONTAN a prévu dans son modèle de mutualiser le transport et la présence des chaînes à l'international, à travers un bouquet national payant (pour celles qui acceptent d'en faire partie). Les conditions de cryptage, de facturation seront centralisées. Le partage des revenus sera défini entre les parties prenantes en rapport avec la société de diffusion et le partenaire technique qui a mis en place l'infrastructure. Une concertation est déjà engagée pour trouver les meilleures formules.

Qu'en est-il de la radio ? A quand la radio numérique terrestre ? Qu'advient-il de la diffusion en mode (actuel) FM si l'on sait que ce sont les mêmes infrastructures (pylône, bâtiment, énergie...) qui sont partagées avec la télévision, notamment pour le cas de la RTS ?

Dans le cadre des accords du GEO6, le basculement vers la RNT (Radio Numérique Terrestre) est prévu pour 2020. En accord avec EXCAF, le CONTAN envisage de transporter le signal radio analogique avec le même réseau de transport que pour la TNT. Il leur appartiendra d'assurer les conditions de diffusion en FM dans les zones de leur convenance. Pour respecter le principe de mutualisation, la nouvelle société de gestion des activités de télédiffusion étudiera la prise en charge de cette question de manière globale.

Passage au numérique

FAQ – FOIRE AUX QUESTIONS – SUITE...

Qu'est ce qui est prévu pour la reprise de l'existant au niveau des éditeurs ?

*La reprise ne concerne que l'existant **utile** (pylônes, bâtiments, shelters...) pour la diffusion TV. En effet la mission du CONTAN à propos du volet infrastructurel de la TNT ne concerne que la diffusion. La production est assurée par les opérateurs de télé qui disposent de leurs propres studios. Le principe de la reprise éventuelle consistera à procéder à une évaluation croisée certifiée des équipements concernés.*

Comment sera défini l'ordre de numérotation des chaînes ?

La réponse définitive sera apportée par le groupe de travail qui réfléchit sur l'environnement juridique de la TNT et des télécommunications et tic. Il est possible que la règle à appliquer soit Première Arrivée, Première Servie (date de délivrance autorisation).

EXCAF, partenaire pour la construction de l'infrastructure TNT, est en même temps diffuseur (à travers sa chaîne RDV). N'y a-t'il pas risque de concurrence déloyale ?

Il faut faire la différence entre les statuts du groupe EXCAF TELECOM et de ses chaînes dont RDV. Le groupe EXCAF TELECOM intervient dans de nombreux secteurs, y compris l'imprimerie, l'événementiel et d'autres activités de communication. Son rôle s'arrête à construire l'infrastructure de la TNT dont la gestion sera opérée par une société de diffusion (dans laquelle EXCAF ne sera pas actionnaire). La chaîne RDV sera traitée comme les autres chaînes privées. Elle ne bénéficiera d'aucun privilège.

Comment seront pris en charge les frais inhérents à la location de satellite, de gestion des émetteurs et de consommation d'énergie durant la période de simulcast (diffusion simultanée en mode analogique et en mode numérique) ?

D'ici le basculement prévu au plus tard pour le 17 Juin 2015, les diffuseurs continueront à assurer le transport et la diffusion de leurs signaux en analogique. Durant la phase de mise en œuvre et de test, EXCAF diffusera les signaux de la TNT comprenant toutes les chaînes existantes et autorisées, selon le plan de basculement zone par zone. A partir de la fin du basculement, toutes les chaînes seront multiplexées et diffusées sur un seul et même réseau et il sera mis fin à la diffusion en analogique.

A partir cette période, toutes les fréquences seront retirées. Seule la société de gestion en sera attributaire et elle assurera l'unique interlocuteur des chaînes auprès de l'ARTP.

Cette société de diffusion va mutualiser le réseau de transport et de diffusion pour toutes les chaînes sénégalaises mais aussi elle proposera la mutualisation des ressources pour assurer leur présence à travers le monde, suivant des modalités à préciser.

Est-ce que des moyens sont prévus pour la mise à niveau technologique de la partie production des chaînes, ceci pour garantir une qualité Tout Numérique ?

En relation avec EXCAF et ses fournisseurs d'équipements et de solutions, le CONTAN organisera des formations pour les techniciens des éditeurs de télévision, afin de leur permettre d'exploiter au mieux le potentiel technologique qu'offre la numérique et la télévision interactive.

*Cette formation concerne, outre la diffusion, le guide électronique des programmes, la plateforme pour les services interactifs, l'archivage numérique... **Cependant il appartiendra à chaque éditeur de former son personnel sur les technologies numériques en matière de production. Néanmoins, le CONTAN travaille en rapport avec les autorités pour la prise en charge de la question de la formation de manière globale.***

Passage au numérique

FAQ – FOIRE AUX QUESTIONS – SUITE...

Qu'est ce qui est prévu pour la partie archivage? Et la question des droits d'auteur et droits voisins, surtout en ce qui concerne les services interactifs comme la VoD (Vidéo à la Demande) ?

Une plateforme d'archivage des contenus sera installée en vue de sauvegarder pour les générations futures la mémoire audiovisuelle nationale. Les ressources archivées seront disponibles via un cloud national et les contenus seront soit gratuits soit payants en fonction de la stratégie de chaque diffuseur qui restera propriétaire des droits sur ses contenus stockés (avant d'entrer dans le domaine public selon des conditions définies par la loi).

Qu'est ce qui est prévu pour la gestion de l'entité en charge de la gestion et de l'exploitation, notamment son statut juridique ?

Un groupe chargé des questions juridiques et du cadre d'évolution de la TNT prépare des propositions en ce sens.

Qu'est ce qui est prévu pour la reprise des personnels techniques actuellement en charge de l'activité de diffusion au niveau de leurs chaînes respectives ?

Compte tenu du fait que seule la RTS dispose d'une infrastructure à travers le territoire national, il est évident que le personnel technique de diffusion va, comme pour l'infrastructure, servir de socle pour la nouvelle société de diffusion. EXCAF va également examiner les profils des personnels chargés de la gestion technique des systèmes de diffusion existants.

Qu'est ce qui est prévu pour la retransmission en direct des événements ? Est-ce que chaque chaîne continuera à le faire ou est-ce que la future entité de gestion s'en chargera (en mutualisant) ?

Chaque chaîne organisera ses retransmissions comme elle le voudra. Celles qui désireront mutualiser leurs moyens le feront sans contrainte autre que légale. Cependant, il est évident qu'à terme, il serait plus rentable pour les chaînes de confier cette activité à la future société de gestion. C'est une question de coût d'opportunités.

Comment se fera l'accès aux nouveaux services comme la vidéo de rattrapage, la VoD ?

Elles s'effectueront à travers la plateforme de télévision interactive qui sera installée au niveau de la tête de réseau nationale et grâce aux décodeurs connectés sur les postes de télé, sur lesquels seront embarqués des fonctions de télévision intelligente.

L'exploitation des services interactifs ainsi que les ressources générées feront l'objet d'un encadrement qui tiendra compte des parties intéressées (la société de gestion de la plateforme, les chaînes, les producteurs indépendants, les fournisseurs de services, ...)

Comment se fera la distribution des décodeurs et à quel prix ?

La distribution des décodeurs se fera en parallèle avec le basculement des zones. Les usagers achèteront les décodeurs au prix subventionné de 10 000 francs CFA et disposeront, avec ceux-ci, de toutes les fonctionnalités de la télévision interactive.

Combien de postes TV peuvent être connectés sur le même décodeur ?

Chaque poste de télévision aura son propre décodeur.

Faudra-t-il changer sa télévision et son antenne pour recevoir la TNT ?

Il n'est pas nécessaire de changer sa télé, pourvu qu'elle dispose d'une prise (HDMI, PERITEL ou RCA) permettant d'y connecter le décodeur numérique fourni par EXCAF qui est conforme à la norme DVB T2 / MPEG4 AVC et est en mesure d'assurer les services interactifs.

Pour la réception, les antennes classiques de type râteau (yagi) suffiront. Il faudra juste les réorienter vers l'antenne de diffusion la plus proche.

Lors des événements continentaux et mondiaux, notamment sportifs, comment sera gérée la question liée à la limitation des droits, si l'on sait que la RTS (en général seule détentrice des droits sur les compétitions internationales), est portée par le même réseau de diffusion et reçue à travers le même décodeur ?

Bien que la RTS (comme toute autre chaîne du reste) soit reçue sur le même décodeur, seul son signal sera à l'écran au moment choisi par le téléspectateur. Ses droits sur des programmes particuliers ne seront pas partagés avec d'autres chaînes présentes sur le même décodeur sans son autorisation.

Ce principe de respect des droits est également valable pour d'autres programmes d'autres chaînes.

PROTECTION DU JEUNE PUBLIC

The background of the page is a deep blue color. It features several light blue, curved, wavy lines that sweep across the frame from the top left towards the bottom right, creating a sense of motion and depth. Two bright, circular white spots are positioned on the right side of the image, one higher than the other, resembling stars or distant galaxies. The overall aesthetic is clean, modern, and professional.



Des chiffres et des faits - Données d'un sondage national

USAGES ET ATTITUDES DES JEUNES MINEURS FACE AUX ECRANS



Afin d'informer la démarche du projet sur la protection du jeune public initié en 2013 et le bâtir sur des bases scientifiques, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a commandité un grand sondage à échelle nationale sur les usages et attitudes des mineurs en matière de médias. L'enquête réalisée dans le dernier trimestre 2013 et premier trimestre 2014 diagnostique l'impact de l'offre programmatique sur les enfants. 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.*

Grandes lignes des termes de référence du sondage

Objectifs pour la cible « enfants mineurs »

- Cerner les habitudes médias des enfants mineurs
- Appréhender l'existence de restrictions imposées par les parents

- Connaître les types de médias autorisés par les parents (radio, télévision, Internet, etc.)
- Connaître les types d'émissions ou sites web autorisés – (jours, heures et durée d'écoute moyenne autorisés)
- Évaluer le respect de ces restrictions imposées par les parents
- Déterminer la perception de la notion de violence (vue du sang, gestes ou actes sexuels, atteint aux bonnes mœurs, scène de crime, etc.)
- Évaluer l'impact de la violence sur les enfants
- Déterminer les attentes des enfants mineurs à l'égard des médias (types d'émission, horaires...)

Objectifs pour la cible « parents et éducateurs »

- Déterminer la perception de la notion de violence
- Cerner les habitudes médias des enfants mineurs
- Évaluer l'impact des programmes à caractère violent sur les enfants
- Identifier les restrictions vis-à-vis des enfants et leurs réactions face aux contenus violents en présence d'un enfant
- Recueillir les perceptions sur le rôle des autorités et l'appréciation du projet du CNRA sur la protection des mineurs
- Déterminer les attentes par rapport aux médias
- Déterminer les attentes par rapport au CNRA

LES CIBLES

- Les mineurs âgés de 10 à 17 ans
- Les parents
- Les éducateurs (instituteurs, professeurs, maîtres coraniques, gardiennes d'enfants)

ECHANTILLONNAGE

Les mineurs ont été pris dans le contexte du ménage auquel ils appartiennent. Par conséquent, l'échantillonnage a porté sur le ménage, pourvu qu'il y réside au moins un enfant d'âge 10 – 17 ans. Les enfants de moins de 10 ans n'ont pas été consultés en raison des limites inhérentes au recueil de la parole de l'enfant de moins de 10 ans.

CRITERES DE SELECTION

L'échantillon sondé a été obtenu par la méthode des quotas. Les critères d'appartenance à l'échantillon étaient l'âge, le niveau de scolarité et la catégorie socio professionnelle des parents. Ces variables peuvent influencer fortement sur les usages et attitudes du jeune en matière de média.

TAILLE DE L'ECHANTILLON

L'échantillon retenu était de 2100 ménages. La marge d'erreur théorique correspondant à cet échantillon est de 2.2% au seuil acceptable de 95%. Cette taille d'échantillon a été répartie proportionnellement au poids démographique de chaque région dans l'ensemble des 7 régions ciblées par l'étude (Dakar, Ziguinchor, Diourbel, Saint Louis, Tambacounda, Kaolack et Thiès).

Les résultats du sondage

C'est devenu un lieu commun de dire que la télévision occupe une place très importante dans

la vie des enfants. Les enfants eux-mêmes le reconnaissent. Parents et éducateurs le confirment. Si la télévision occupe une place dans le quotidien de la majorité des familles, il n'en demeure pas moins que les motivations à l'écoute de la télévision sont diverses. En atteste cette étude relative aux Usages et attitudes des mineurs en matière de médias réalisée par le cabinet BDA. Sur une base scientifique, statistiques à l'appui, le Conseil relève désormais la dangerosité des dysfonctionnements et de certains contenus médiatiques qui impactent les différentes catégories du public.

Ce que le sondage nous apprend

LES IMAGES PEUVENT HEURTER LA SENSIBILITE DES JEUNES

- 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%)
- A la télévision ou sur les autres écrans, le caractère violent et choquant des images est établi
- Pour 46 % des jeunes, le caractère violent ou choquant de certains contenus est considéré comme négatif
- De l'avis des jeunes, les images et scènes choquantes sont : les crimes, les guerres, la vue du sang/les accidents, les scènes d'horreur/vampires/monstres, les serpents ou la mort. Ex: Le journal télévisé est cité en exemple avec des images de guerres (l'exécution de Khaddafi, les accidents violents...)
- Les filles dans la tranche 10-13 ans sont plus choquées par les films d'horreur

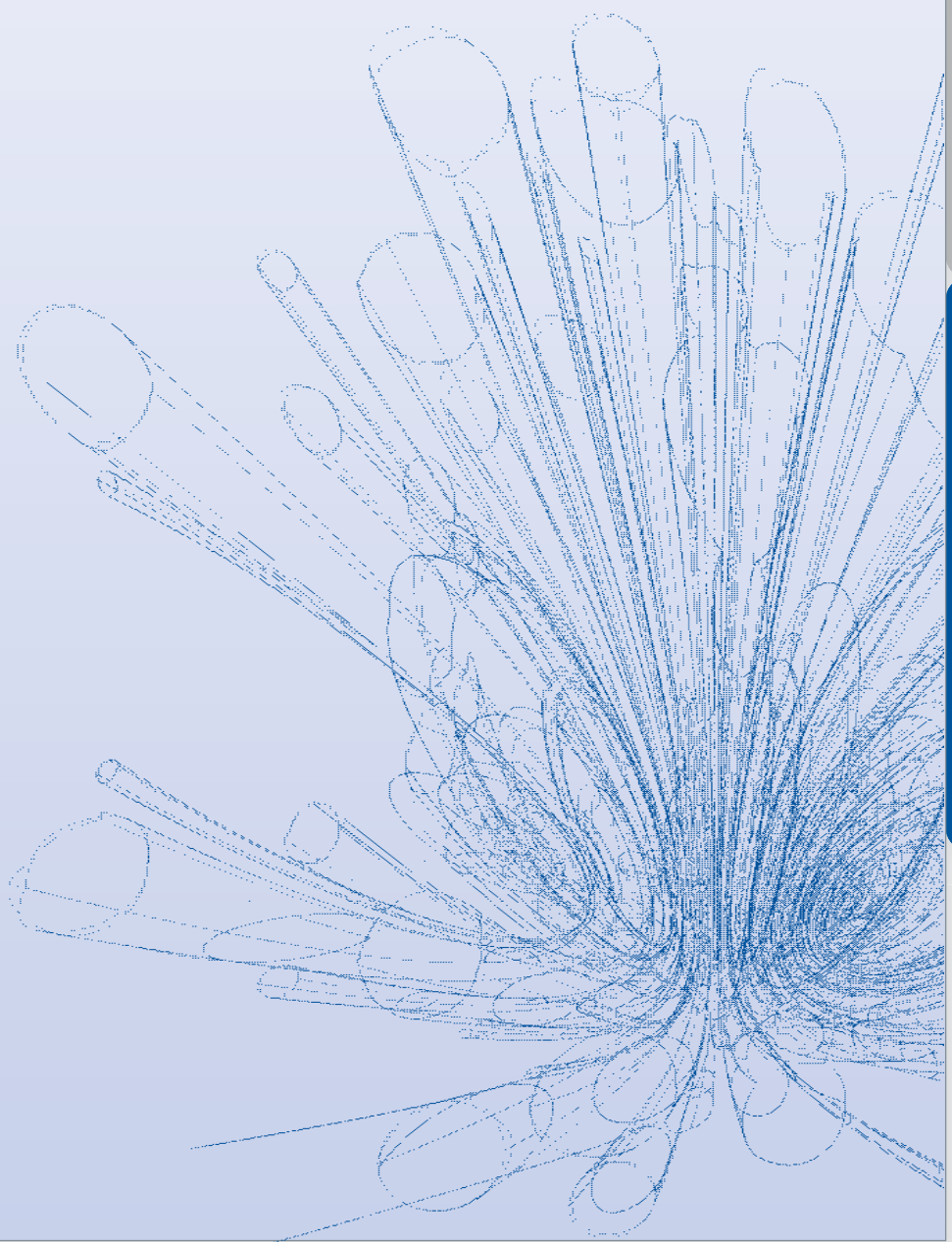
- Près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images/scènes réelles et images/scènes fictives vues à la télévision
- Ce résultat est plus accentué auprès des 10-13 ans. Soit qu'ils demandent parfois si les images vues sont réelles soit qu'ils prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films.

De nombreux parents déplorent l'impact des émissions sur la lutte avec frappe. Ils l'estiment porteuse de violence, de modèles d'impolitesse et leur vulgarité et serait de mauvais exemple pour les enfants

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

LA PERCEE DES SMARTPHONES

- En plus de la radio et de la télévision, l'Internet occupe une place non négligeable dans l'univers des jeunes.
- En effet, le taux de pénétration d'Internet atteint les 25% chez les adolescents (10-17 ans) qui pour la plupart se connectent à partir d'un ordinateur
- Il est de toute évidence plus faible en dehors de Dakar
- Les sites les plus interdits aux enfants sont ceux à caractère pornographique ou à contenus « choquants » pour l'enfant
- Les parents interrogés sont nombreux à avouer leur incompetence à contrôler la consommation de la télévision et de l'Internet de leurs enfants
- Les smartphones opèrent une percée significative. Les réseaux sociaux, les sites de musiques/vidéo et messagerie sont les plus visités sur la Toile. Facebook, Youtube, Yahoo ou Hotmail sont respectivement les plus visités
- Les sites éducatifs, les moteurs de recherche, sites de jeux ne sont pas ceux qui les attirent le plus
- Certains jeunes déclarent accorder plus d'importance à l'Internet qu'à la télévision.



Journées d'étude scientifiques

DES SPECIALISTES SE PENCHENT SUR LES APPRENTISSAGES ET VULNERABILITES DE NOS ENFANTS

La protection des enfants face à l'offre télévisuelle.

La question a suscité peu de recherche à ce jour et pourtant elle revêt une importance capitale qui nécessite une importante mobilisation à l'heure des convergences technologiques. Interpellé au premier chef et face à la réalité de l'offre des médias qui induit des changements dans les comportements des usagers, notamment chez le public jeune, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a engagé une initiative pour la protection du jeune public des écrans.

Deux journées d'études sur le sujet ont réuni des spécialistes dans une démarche pluridisciplinaire, les 19 et 20 février 2014, à l'hôtel Pullman de Dakar.

A propos du projet

La finalité est de :

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

La démarche consiste en :

- *une approche scientifique : un sondage sur les usages et attitudes des mineurs en matière de médias, des journées d'étude ;*
- *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 de télévision et fournisseurs d'accès Internet ; la création de mécanismes de protection.*

Une approche scientifique

Des compétences et apports nécessaires en neurochirurgie, pédopsychiatrie, sociologie de la famille, sociologie des médias et droit ont été réunis pour :

- affiner les connaissances du panel sur les déterminants de vulnérabilité par tranche d'âge et de développement de l'enfant et de l'adolescent ;
- offrir au panel les moyens de se mettre collectivement à niveau de compréhension des enjeux de la protection de l'enfance face à l'offre télévisuelle et de l'Internet.

Des éclairages ont été portés sur un certain nombre des interrogations suivantes :

- l'offre télévisuelle a-t-elle un impact sur la formation et l'intégrité psychologique, intellectuelle et morale des jeunes ?
- la diffusion de certains contenus est-elle susceptible de conditionner négativement leur comportement futur dans la société ? Ou, au contraire, les contenus actuellement diffusés sont-ils de nature à éduquer et faciliter un développement harmonieux de l'enfant et de l'adolescent ?

Les interventions des experts et les discussions lors de ces journées d'étude ont été riches en enseignement sur la problématique de la relation enfant-télévision, sur le rôle de la famille et des parents.

Les interventions des Docteurs Momar Codé Ba, neurochirurgien à l'Hôpital Fann, Idrissa Ba pédopsychiatre à l'Hôpital de Thiaroye et Oumou Ly Kane psychologue clinicienne à l'Hôpital Fann, sur la capacité de rétention et de mimétisme du cerveau de l'enfant ont permis de poser les pierres angulaires du système de protection à envisager selon les tranches d'âge.



- ❖ Mme Oumou Ly Kane a documenté les échanges par des cas cliniques en nombre croissant de nourrissons, enfants en âge scolaire et adolescents que les parents amènent en consultation avec des signes comportementaux tels que l'instabilité motrice, l'évitement du regard, les difficultés langagières, l'échec scolaire, les fugues...

Elle va plus loin en soulignant que l'enfant peut présenter des troubles du genre difficultés scolaires, troubles de la mémoire (oublis et autres formes de troubles), difficultés d'accès à l'écriture...

Elle relève qu'alors que les parents observent des absences du domicile pendant de très longues heures, l'enfant exposé au petit écran reste souvent aux bras d'une jeune bonne inexpérimentée dans le maternage du bébé humain. Cela entraîne

la consommation excessive d'images de télévision, entraînant l'altération de la conscience morale, de la capacité d'empathie à autrui -surtout souffrant- et une facilité de violence sur l'autre.

- ❖ Le Dr Momar Codé Ba a exposé sur l'information visuelle de l'enfant : bases anatomiques, mécanismes de leur mémorisation et implications et attiré l'attention sur le fait que l'enfant est exposé à la télévision de plus en plus tôt. Il est donc impératif de comprendre les phases de sa formation neurologique et l'impact des images sur cette formation.

Le Dr Momar C. Ba nous renseigne sur la capacité de rétention et de mimétisme du cerveau de l'enfant, l'importance de l'attention et de la charge affective chez l'enfant pour faciliter et consolider sa mémorisation. Un enfant troublé par des images violentes a du mal à avoir un sommeil paisible, un aspect important pour l'évolution du cerveau de l'enfant.

- ❖ Le Dr Idrissa Bâ sur la nécessité de comprendre l'impact des images sur les étapes de développement psychologique et social du jeune enfant. Sur les plans intellectuel, affectif et moral.
- ❖ Tous deux soulignent que le cerveau de l'enfant est en perpétuel devenir. Il a besoin d'être stimulé pour une amélioration de son développement. Or, un enfant qui passe ses journées devant la télévision aura un retard de développement, car son cerveau n'a pas bénéficié de beaucoup d'exercice intellectuel. Ce qui conduit à citer Napoléon : « une tête sans mémoire est une place sans garnison ».

Quelques fondamentaux neuropsychologiques à considérer

Les étapes de l'évolution du cerveau chez l'enfant :

• Avant 3 ans

- Période construction ;
- Maturation des neurones ;
- Connexions ;
- Besoin de stimuli multiples (visuels, olfactifs, gustatifs) ;
- L'enfant doit avoir un comportement actif, loin de la passivité que lui impose la télévision ;
- Son temps d'exposition à la télévision doit donc être minimal.

• De 3 à 6 ans

- Effet potentiellement bénéfique de la télévision sur la mémoire, la reconnaissance ;
- Condition : stimulus bref (10 mn) ;
- Stimulus répété pour pouvoir impacter ;
- Danger : absence de recul.



• De 6 à 10 ans

- Capacité de distinction réel – fiction ;
- Possibilité de comprendre les concepts, les images ;
- Danger : absence de recul
 - Lobe frontal immature donc vulnérable
 - Stock mnésique (mémoire) insuffisant
- Danger : imitation.

• Après 10 ans

- Besoin d'autonomie ;
- Besoin de diversifier ;
- Besoin d'être actif (d'où le risque de passage à l'acte!) ;
- Rôle de la puberté.

❖ Le Dr Idrissa Bâ, pédopsychiatre, est revenu sur les étapes de développement psychologique et social de l'enfant en pointant le rôle et la responsabilité des parents.

La notion de danger a été abordée afin de lui donner un périmètre de sens médical, social et juridique.

La notion de DANGER est définie comme « une situation de maltraitance physique ou psychologique, une négligence qui met en péril l'équilibre et le développement de l'enfant »

Le nombre d'enfants maltraités est croissant et ceci est peut-être plus important que l'on ne pense, car beaucoup de facteurs retiennent certains enfants d'en parler. Quelques chiffres : 5186 enfants en danger moral ou en conflit sont admis en 2012 dans les différents centres de sauvegarde (Stat. : Direction de l'Education surveillée des Enfants du Ministère de la Justice).

Le principe de signalétique : quel devrait être le rôle des média ?

Cheikh Mouhamadou Bamba NIANG, Magistrat, Directeur de Cabinet du Président du CNRA rappelle que le CNRA n'est pas impliqué dans l'octroi des licences, ce qui limite de fait la qualité de veille de la bonne applicabilité du cahier des charges. Les mêmes cahiers des charges qui sont aujourd'hui décalés et en besoin de révision.

Cette limitation trouve sa source dans la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA). Les stipulations du cahier de charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision complète le dispositif.

Il a également déploré l'absence de commissions de visionnage au niveau des chaînes de télévision, alors que cette disposition est bien stipulée dans le cahier des charges :

- chaque chaîne de télévision devrait disposer, en son sein, d'une commission de visionnage qui l'aide à procéder à la classification des programmes. Cette classification repose sur « cinq degrés d'appréciation de l'acceptabilité de ces programmes au regard de la protection de l'enfance et de l'adolescence et leur applique la signalétique correspondante » selon des modalités techniques prévues par le cahier des charges ;
- le cahier des charges définit les critères de classification et affecte à chaque catégorie un pictogramme. Il s'appuie essentiellement sur la violence et le caractère sexuel du contenu (érotique ou pornographique). L'enjeu est de prévenir les entraves à l'épanouissement physique, mental ou moral de l'enfant justifie les choix opérés ;
- l'heure de diffusion du programme dépend de la catégorie. Le cahier des charges interdit même la diffusion de certaines émissions à proximité des émissions pour enfants.

Le principe de précaution pour éviter des conséquences préjudiciables consiste à :

- élargir la protection : avertissement ; verrouillage par code ; restrictions horaires ;
- renforcer les obligations des éditeurs : mise en place obligatoire de la commission de visionnage ; meilleure définition de ses attributions ;
- renforcer les attributions du régulateur.

La logique mercantile, commerciale ou économique ne doit pas anéantir l'obligation de préservation et de protection de l'enfance.

DÉFIS ET PROJECTIONS



Réflexion

OUTILS NOUVEAUX MAIS INFORMATION IMMuable

Dans ce tout Internet, tous réseaux sociaux, que devient l'information, c'est-à-dire la nouvelle vraie, vérifiée à la bonne source par un journaliste et diffusée vers divers publics ? L'avènement de l'Internet a donné cette impression que le journalisme est devenu aisé, si aisé que le journaliste en a perdu l'exclusivité de l'exercice. Et le journaliste ne se contenterait plus que d'être un légitime pratiquant de sa profession du moment que d'autres individus sont venus – grâce à l'Internet – le bousculer. Ces dilettantes du journalisme se définissent comme des journalistes citoyens (ou citoyens journalistes ?) ainsi que la question a d'ailleurs été en débat lors des 43^e Assises de la presse francophone tenue en novembre 2014 à Dakar.

Le problème (ou sa question) est de considérer que tout le monde peut être journaliste moyennant un accès à une connexion Internet et à un espace d'expression ouvert sur cette plate-forme ou utilisant cette dernière. Et là, l'information a forcément évolué alors que les journalistes s'en sont tenus à sa définition classique de nouvelle vraie et vérifiée à la (aux) bonne(s) source(s). Et c'est là ce qui est en train de faire la différence et la fera toujours. Prétendant combler les « lacunes du journaliste classique », le journalisme citoyen le fait avec sa conception de l'information. Il se peut même que cette dernière n'ait même pas été passée à la moulinette de la vérification. Et voguent sur l'Internet la rumeur, le hoax (une nouvelle spéculative, mal « sourcée » (voire pas du tout), qui circule sur l'Internet et qui a les apparences de la vérité), l'intoxication, la propagande, le canular, propos, images et autres écrits aux antipodes des canons éthiques et professionnels...

Quels que soient les moyens (archaïques, modernes, sophistiqués...) pour la diffuser, l'information ne changera pas de définition, tout comme les procédures de sa collecte et de son traitement. Il y aura toujours une éthique immuable dans cette profession.

L'information ne changera pas de définition - et ne devrait pas le faire - même quand son professionnel se laisse griser par les nouveaux outils et espace que sont le web 2.0. Ne changeront pas non plus les procédures de la collecte de l'information et de son traitement. Et de ce point de vue, nous trouvons pertinente cette réflexion lue sur un portail Internet et exprimée par un journaliste dont nous avons oublié le nom : « *Ce qui ne change pas, c'est la noble mission consistant à rechercher en permanence la "vérité vraie" pour la raconter au monde, en étant armé d'un sens aigu de l'éthique et de l'équilibre ; en refusant de renier à l'homme - qui qu'il soit - son humanité, en gardant leur totale indépendance, en sachant parler sans crainte ni complexe d'infériorité aux gouvernants, en sachant parler sans dépit ni complexe de supériorité aux plus faibles d'entre nous, en sachant rester humain à côté des humains, et encore plus humains et plus soucieux de dignité humaine face à l'inhumain.*

Elle ne changera pas la mission de ceux-là qui savent raconter l'histoire quotidienne de l'homme et de son environnement sans la dénaturer, avec comme seul souci de contribuer à changer positivement le monde. Elle ne changera pas la mission de ceux-là qui savent s'armer d'une saine curiosité pour révéler ce que nous cachent les leaders, les imposteurs, les dealers, etc., ceux-là qui savent faire la différence entre ce qui est d'intérêt public, et de tout le reste qui peut bien intéresser le "public" par simple curiosité... disons humaine, mais qui en définitive n'apporte rien au bonheur de l'homme. »

Renchérissons donc, en martelant qu'il y aura une éthique immuable dans ce travail du journaliste par ces temps où certains adeptes de la dérive croient que « *la preuve de la vérité de l'information est une photo hideuse, sordide* ». Dans un numéro « *Une profession et ses exigences morales* » d'"Avis d'expert", la chronique sur les médias que nous animons dans le journal Grand-Place et sur le site www.mediavoce.net, nous avons eu à

Par Jean Meïssa DIOP
Membre du Conseil

écrire que « l'ère de l'Internet nous a propulsés à ce point d'acmé de la liberté de diffuser par l'image, le son et l'écrit toute information qu'on souhaite porter à la connaissance de publics. Tout cela est généreux, idéaliste, mais la différence entre le professionnel et l'amateur sera toujours que le premier – le vrai – vérifie toute information avant de la diffuser. Il agit en toute responsabilité – ce mot que je chéris et que j'ai toujours dit et répété préférer à l'objectivité. Oui, le journalisme, le vrai, ne peut se pratiquer hors de l'éclairage d'une lourde et véritable responsabilité. »

La preuve de la véracité d'une information ne saurait être cette photo hideuse (publiée le 21 janvier 2015 sur un site Internet sénégalais) comme celle de cet homme égorgé à Ndioum par un brigand ou de cet autre homme montré tout en sang, son cadavre étalé sur le site Internet tambacoundois. Incapables de donner une preuve plus euphémique de leur information, ces sites ont préféré choquer – le scandale étant donc le moyen le plus à leur portée pour donner une information.

Certes, « une image en dit plus que mille mots », mais doit-ce être toute image ? Oui, répondent de plus en plus ceux qui croient devoir s'exonérer de l'étape du témoignage, du factuel ; et qui considèrent que la précaution professionnelle est facultative et peut être suppléée du moment qu'on a une photo. Certes la photo est elle-même une information, mais il y a une éthique dans son usage. Tant que l'Internet est là, il nous rappellera la nécessité de sa régulation, même si la mission est, pour le moment, impossible en raison de l'indigence ou de l'inexistence d'outils de régulation.

Tant que l'Internet est là, du moins tant qu'en sera fait l'usage que nous savons tous et le déplorons, il nous rappellera la nécessité de la régulation des contenus de sites se voulant d'information, même si la mission est, pour le moment, impossible en raison de l'indigence des moyens pour cela.

Malgré tout, le journaliste web, comme tout

autre journaliste, par ailleurs, ne doit être ragaillardi par le sentiment de n'avoir pas de régulateur et, en raison de cela, s'autoriser des libertés, des écarts répréhensibles par la déontologie et l'éthique professionnelles. Le journaliste ne doit pas se laisser griser par la modernité de ses outils jusqu'à renoncer à son éthique professionnelle. Le cas le plus expressif de cette griserie, c'est une certaine presse en-ligne. Un jour, nous avons lu, sur un site dakarois, une « info » absolument monstrueuse qui aurait pu valoir la prison à l'administrateur et nous avons convaincu ce dernier de l'enlever. Il l'a fait, mais a prétexté que c'est une blague et non une information !

Certes, Internet est un outil et un espace révolutionnaires, mais ne doit pas induire, chez le journaliste, une paresse à respecter les procédures classiques et immuables de la collecte de l'information.



Réflexion

LES EXPRESSIONS CULTURELLES DANS LES MEDIAS AUDIOVISUELS

Dans le schéma optimiste d'un monde globalisé mais riche de sa diversité, le développement spectaculaire des techniques de l'information et de la communication aurait pu être un outil formidable de promotion des expressions culturelles dans leurs diversités, de diffusion de la Culture vêtue de ses plus beaux atours. Ces outils modernes pourraient être le véhicule indispensable pour réussir l'ouverture sur la diversité des cultures et des langues permettant à chacun de ne plus être cantonné à sa propre culture. Ce schéma emprunterait à Pangloss sa légendaire naïveté de voir le monde avec des yeux candides, car loin de la réalité environnante faite de peurs et de rêves, de désintéressements et d'appétits qui se croisent et souvent s'entrechoquent.

La culture, nourriture de l'esprit, sous ses oripeaux traditionnels ou modernes, ne nourrit pas son homme, particulièrement sous nos cieux où sa vision ressemble à un masque grimaçant.

Ma télécommande ou mon écouteur, du matin jusqu'au soir, me renvoie une image de moi-même exsangue, qui fait s'étaler le tapis de nos regrets muets.

Les émissions sur les expressions culturelles ne sont pas légion. Ce qui aurait pu être une victoire face à la fatalité est un cuisant échec.

L'offre des chaînes est d'une grande médiocrité, exception faite des réseaux communautaires (radios communautaires se focalisant sur un contenu local non soumis aux dynamiques stressantes du marché). Préférence faite aux packages bon marché venus de l'Occident, du Brésil, du Mexique, d'Afrique du Sud ou d'Angola et ne demandant pas un grand investissement matériel, commercial, humain (telenovas, etc.). La preuve en est dans le flux continu de productions issues de pays développés vers les pays sous-développés qui consomment, plus qu'ils ne produisent.

L'intense couleur culturelle de la lutte traditionnelle est reléguée au second plan ; le bakk, le tuuss ou le ngimb d'antan étant révolus, enfouis dans les préoccupations spectaculaires d'une violence sans commune mesure.

La musique prédominante est représentée sous un angle qui la rend presque agaçante à nos oreilles qui rêvent, souvent à certaines heures, pas de rythme endiablé mais d'évasion sur fond berçant d'instruments traditionnels comme le hoddu, le riti, le tuxussi ngalam.

Nos jeux traditionnels aux soubassements éducatifs sont oubliés au profit de programmes importés.

Quant au spectacle vivant, il n'y a pas de renouvellement. Le choix de Madior ou Les derniers jours de Lat Dior, l'histoire de nos valeureux chefs religieux et coutumiers sont caducs et l'on tente, sans rendre compte de l'acculturation de nos enfants sous le pas de Tintin, D'Artagnan....

En matière artistique, littéraire et cinématographique, c'est quasiment le désert.

Présentateurs autant qu'invités se sont reconvertis en maîtres de la parole dévaluée. La médiocrité est désormais un jardin qu'on cultive et qui se conjugue avec la célébrité et les espèces sonnantes et trébuchantes.

Ce qui aurait pu être une victoire face à la fatalité est un cuisant échec.

Dans l'ensemble, la culture occupe à peine 5 pour cent des plages horaires.

Mais il ne faut pas oublier que la presse n'est que le reflet de notre société elle-même qui a tourné le dos à sa propre culture, à sa propre identité au profit d'autres cultures, d'autres identités parfois aux antipodes, car ne nous parlant pas.

Pourtant, tous ceux qui alimentent les médias ont matière à documentaires, films, etc. car notre culture, du nord au sud, d'est en ouest, est riche. Il suffit d'être un routard de l'information pour nous offrir d'autres choix de reflets.

Joal, je ne me rappelle plus... Du tout. Une signare, ah non. Je préfère Harry Potter. Bercez-moi avec le taxuraan, pincez mes koras et que les dioung dioung de Sine renvoient les sirènes de la Seine pour empêcher que le souffle ne s'échappe... à jamais.

Par Sokhna BENGA et Ibrahima MBAYE SOPÉ
Membres du Conseil



PAROLE D'ACTEURS



Parole d'acteurs

LA MODERNISATION EST UN DEFI IMPORTANT A NOTRE SOCIETE

Une tâche commune de la famille, de l'Etat et des médias

L'espace médiatique est un espace partagé. Opérateurs, producteurs de contenus, fournisseurs d'accès, usagers reçoivent, proposent, agissent, réagissent en permanence. Un dynamisme permanent et créatif qui exige la garantie d'un équilibre constant. C'est le travail du régulateur de chercher et préserver ce point d'équilibre, en identifiant en toute époque l'intérêt souverain de la collectivité et en écoutant les perspectives des uns et des autres devant les nouvelles situations. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, dans une démarche participative, donne la parole aux experts du secteur audiovisuel.

Les professionnels se prononcent sur les enjeux de la régulation face aux défis du passage au numérique.

C'est par les médias, notamment la télévision, que la mondialisation pénètre dans la société, dans les foyers et dans l'intimité des valeurs de chacun. A ce titre, ces médias ont une responsabilité. Quel est le principal défi auquel les médias sont confrontés face à la mondialisation ?

Mor Faye, Sociologue des médias Université Gaston Berger de Saint-Louis (UGB)

La mondialisation n'est pas un phénomène seulement économique. Elle est aussi communicationnelle. Quand on parle de mondialisation communicationnelle, on pense effectivement aux grands groupes de communication et médias. Derrière les chaînes de télévisions, c'est aussi des cultures exogènes qui ne sont pas les nôtres. Elles sont diffusées partout dans le monde y compris en Afrique, dans nos maisons, fondées sur le principe de la libre circulation de l'information et de la diversité culturelle. Face à cela, on peut dire que les menaces pèsent sur les cultures qui n'ont pas encore atteint un développement technologique extrêmement avancé, notamment les cultures africaines. On a beau dire que les télévisions africaines ne font que relayer des films des occidents, mais en réalité, et pour des raisons

économiques, elles n'ont pas les moyens de mettre sur pied une politique de productions culturelles. Il faut produire des films documentaires et des reportages de qualité pour notre culture. C'est facile pour les télévisions d'acheter la production locale en lieu et place des telenovelas. La modernisation qui est un défi important à notre société doit exhorter les gens à mettre un ensemble de verrous pour que nos cultures ne soient pas diluées par des cultures exogènes diffusées à travers les médias. L'Etat est le garant de la culture. Il donne les moyens pour produire les cultures de qualité et mettre sur pied des garde-fous. Le CNRA, organe institué par l'Etat, gagnerait à mettre en place un dispositif pour permettre aux cultures locales de s'exprimer à travers la production audiovisuelle. On a beau incriminer les télévisions sur la diffusion des productions étrangères, l'Etat doit aussi apporter son soutien financier.

.....
Quelle vision avez-vous de la responsabilité des éditeurs de contenus après le passage au numérique ?

Tidiane Barry, Directeur de la Télévision, Radio Télévision Sénégalaise (RTS)

Le passage au numérique sera marqué inévitablement par des mutations profondes qui risquent de modifier notre mode de consommation de la télévision. J'en veux pour preuve : l'égal accès des populations aux offres de programmes qui seront disponibles sur le spectre. Les éditeurs de programmes se doivent par conséquent de travailler, dans un cadre qui reste à définir, à améliorer les contenus de manière à les rendre plus sains. Ceux du service public surtout, conformément à la vocation de leur médium, doivent mettre l'accent sur des contenus qui reflètent les préoccupations des populations et qui éduquent la cible jeune vulnérable et souvent sans repères. Un challenge qui se gagne au prix d'une restructuration conséquente des services de programmes appelés à faire plus de conception que de simples diffusions mécaniques d'émissions. C'est dire que les éditeurs de programmes ont tout à gagner pour faire bénéficier leurs agents de la capacitation nécessaire à la maîtrise de tels enjeux. Évidemment, cela suppose un accroissement de moyens et une volonté de se départir du style de management classique qui les confinait dans une posture de surveillance unique de la ligne éditoriale.

.....
Comment les usagers peuvent-ils mieux s'impliquer dans la régulation ?

Momar Ndao, Président de l'Association des Consommateurs du Sénégal

Un conseil des programmes qui a été créé par décret a été une bonne initiative qui n'a pas fait long feu. Il était question pour ce Conseil, non seulement de superviser les programmes, mais également de proposer des grilles. Il faut remettre sur pied cette structure qui regroupera l'ensemble des acteurs du monde de l'audiovisuel et de la société civile avec un accompagnement du CNRA. Nous sommes très engagés dans la surveillance de la qualité des contenus, tant sur le plan de la

protection des groupes vulnérables que sur l'information du consommateur. Il est également question pour nous de sensibiliser le plus large possible. Nous pensons aussi qu'il faut développer des programmes au niveau de l'Education nationale, notamment dans les écoles pour encadrer nos enfants. La redynamisation du Comité consultatif des programmes permettra de pouvoir apporter une touche pour orienter les grilles programmatiques.

.....
Comment associer les jeunes à la programmation de contenus ?

El Hadji Ibrahima Dramé, Président la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal

Le fait ou non d'associer les jeunes à la production et/ou à la programmation de contenus ne règle pas fondamentalement le problème. Il est clair que les jeunes et les téléspectateurs en général ne consomment que ce qu'on leur propose. Les télévisions proposent des programmes et les téléspectateurs, à leur tour, choisissent ceux qui les intéressent. Ce décor exige une protection en amont pour le public, notamment les jeunes. D'où le rôle du législateur de définir les contours des contenus programmatiques, en fonction de nos réalités sociales, culturelles et religieuses. Il est aussi question de mettre les téléspectateurs, notamment les parents devant leurs responsabilités en mettant la signalétique -10, -12, -16 et -18. Il faudra, là aussi, en définir les contours et cela devrait aussi permettre de limiter les risques de dénonciation pour censure.

ANNEXES



Lectures

PROTECTION DU JEUNE PUBLIC, MEDIAS ET ELECTIONS, PROMOTION DE LA DIVERSITE CULTURELLE

Les enfants et les jeunes passent une bonne partie de leur temps avec les médias numériques : sur Internet, leur mobile ou leur console de jeu. Les médias numériques fascinent et permettent d'apprendre beaucoup de choses, mais ils recèlent aussi de nombreux risques qui peuvent compromettre le développement et le bien-être des enfants et des adolescents.

La protection des enfants et des jeunes face aux médias a pour but de promouvoir un usage des médias sûr, responsable et adapté à leur âge. Cela passe par la promotion des compétences médiatiques, mais aussi par des mesures de régulation visant à restreindre la diffusion et l'utilisation de certains contenus médiatiques. De telles mesures prises par l'Etat sont par ex. des interdictions. La branche des médias a pour sa part pris des mesures d'autorégulation dans les domaines suivants:

Cinéma

Jeux vidéo,

Télécommunication,

Internet (code de conduite, en allemand seulement),

Services payants (code de déontologie, en allemand seulement).

.....

La protection des jeunes face aux médias

La régulation par l'Etat et par la branche des médias se heurte cependant à des limites. Cela tient surtout au caractère planétaire d'Internet, disponible partout et à toute heure. Il est d'autant plus important de favoriser le développement des compétences médiatiques des enfants, des adolescents, des parents et des adultes de référence. L'encadrement des enfants et des adolescents par leurs parents, en particulier, est essentiel pour une protection efficace. Les parents doivent aussi assumer leurs fonctions de surveillance et d'éducation par rapport aux médias numériques. Car la protection des enfants et des jeunes face aux médias est une tâche commune de l'Etat, de la branche des médias et des différentes instances éducatives, à commencer par la famille.

Qui dit éducation aux médias dit accompagnement

Internet est comme une grande ville : il y a des quartiers sûrs, des gens aimables, des places de jeux, des zones à vitesse limitée, des endroits réservés à la consommation. Mais il y a aussi des recoins obscurs, des créatures bizarres, des rues dangereuses, des quartiers chauds, des endroits exposés à la criminalité. Laisseriez-vous votre enfant s'y rendre seul ? Dans le monde numérique comme dans le monde physique, les enfants ont besoin d'être accompagnés par des adultes.

Utiliser ensemble les médias

En tant que parent, il ne tient qu'à vous d'encourager votre enfant, durant ses dix premières années, à faire des médias numériques un usage sûr et adapté à son âge, et de décider quand et comment il peut les utiliser. Découvrez avec lui les possibilités et les opportunités des médias numériques : jouez et apprenez ensemble et faites-vous expliquer ce qui vous échappe. Profitez-en pour définir des

règles claires et pour fixer des limites. Votre enfant verra ainsi en vous un interlocuteur intéressé et compétent. Dans un climat de confiance, vous pourrez partager avec lui les bonnes comme les moins bonnes expériences. Et quand, l'âge venu, il préférera partager ces moments avec des jeunes de son âge, vous resterez pour lui un interlocuteur important.

Le rôle des parents

Les enfants sont curieux et observent le comportement des gens qui les entourent : quelles attitudes ont-ils les uns envers les autres ? Quels appareils utilisent-ils et comment ? Les plus jeunes imitent assidûment ceux qui leur sont proches : faites comme eux !

Les enfants ont besoin de modèles compétents dans l'usage des médias

Les personnes de référence des enfants leur servent de modèles dans l'usage des médias. Demandez-vous donc quel en est votre propre usage : utilisez-vous les nouveaux médias en toute connaissance de cause ? De quelle attitude donnez-vous l'exemple à vos enfants ? Etes-vous conséquent avec vous-même ? Commencez pas noter vos propres habitudes d'utilisation des médias : lesquels utilisez-vous, et à quelle fréquence ? Le journal médias constitue pour cela un outil fort utile

<http://www.jeunesetmedias.ch>

Médias et élections

C'est une évidence que les médias jouent un rôle indispensable dans le bon fonctionnement d'une démocratie. Leur fonction est habituellement vue comme celle d'un « surveillant » : en posant un regard critique sur les échecs et les réussites du gouvernement, les médias peuvent informer le public sur l'efficacité de ses représentants et l'aider à exiger des comptes. Mais les médias peuvent également jouer un rôle plus spécifique en facilitant la pleine participation de tous aux élections, non seulement en analysant les performances du gouvernement mais aussi de bien d'autres façons :

- en éduquant les électeurs sur la manière d'exercer leurs droits démocratiques;
- en couvrant la campagne électorale;
- en fournissant aux partis politiques un moyen de communiquer leur message à l'électorat;
- en permettant aux partis de débattre entre eux;
- en surveillant le dépouillement et en publiant les résultats;
- en suivant de près le processus électoral lui-même dans le but d'évaluer son équité, son efficacité et son intégrité.

Les médias ne sont pas la seule source d'information des électeurs, mais dans un monde dominé par la communication de masse, ce sont de plus en plus les médias qui déterminent l'actualité politique, même dans des régions du monde moins technologiquement avancées. Ainsi, les équipes d'observation électorale ont pris l'habitude d'utiliser le degré d'accès et de couverture des élections par les médias comme un critère d'évaluation de la légitimité des élections. Parallèlement, il est maintenant courant de superviser les médias en période électorale en utilisant une combinaison d'analyses statistiques et de techniques d'études médiatiques et d'analyse du discours pour mesurer l'équité de la couverture.

La couverture médiatique des élections se divise en trois grands domaines. Chacun répond à différents principes et fait appel à un rôle différent de l'organisme de supervision électorale.

- Couverture éditoriale

Il s'agit ici de tous les aspects de la couverture médiatique (nouvelles, grands reportages, débats et opinions) qui sont sous le contrôle éditorial des médias eux-mêmes. À part quelques domaines circonscrits – comme l'annonce des résultats ou la publication de sondages peu avant le vote –, le rôle de l'organisme de supervision se borne à assurer la liberté de travail des médias.

- Couverture à accès direct

Il existe une vaste quantité de systèmes de réglementation visant la publicité politique ou la couverture à accès direct libre. Nous parlons ici des communications médiatiques qui sont sous le contrôle éditorial des partis ou des candidats eux-mêmes. Certains médias peuvent être tenus de diffuser ce type de contenu, auquel cas ils doivent habituellement le faire en respectant certaines conditions.

Les débats entre candidats et les interviews, de plus en plus courants dans les médias électroniques, se situent quelque part entre les deux premières catégories et peuvent être parfois soumis à des règles non applicables au matériel éditorial ordinaire.

- Éducation électorale

Les médias peuvent être un outil vital non seulement pour informer les électeurs sur les enjeux et les candidats, mais aussi pour véhiculer des renseignements de base sur la façon de voter ou sur l'objet du vote. L'éducation électorale, tout comme l'accès direct, doit être soumise à des normes strictes d'impartialité.

<http://aceproject.org>

.....

Le rôle des médias dans la promotion de la diversité culturelle : nouvelles opportunités pour le contenu local

Rosa Gonzalez, UNESCO, in I4 D magazine

“La culture prend des formes diverses à travers le temps et l'espace. Cette diversité s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité. Source d'échanges, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant. En ce sens, elle constitue le patrimoine commun de l'humanité et elle doit être reconnue et affirmée au bénéfice des générations présentes et des générations futures.”
Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle.

Parallèlement au développement spectaculaire des domaines de l'information et de la communication, une attention particulière a été portée ces dernières années à la diversité culturelle dans les médias comme moyen de préserver les concepts d'identité et les liens sociaux entre les communautés et les cultures tout en favorisant l'expression culturelle locale et les langues locales.

Il est évident que l'environnement médiatique actuel augmente les choix, fournit des opportunités à l'expression culturelle et au dialogue autant qu'il facilite la l'échange d'information à un niveau planétaire. Mais ces dernières décennies nous avons aussi pu observer une concentration des médias et des limitations aux niveaux de l'accès et des sources de contenus.

Une des grandes lignes du Plan d'Action de la Déclaration universelle sur la diversité culturelle met clairement en évidence l'importance de la promotion de la production, de la sauvegarde et de la diffusion de contenus diversifiés dans les médias et dans les réseaux d'information globaux.

A cette fin, elle propose de promouvoir le rôle de la radio et télévision publique dans le développement de productions audiovisuelles de bonne qualité, en particulier en encourageant l'établissement de mécanismes coopératifs pour faciliter leur distribution.

Le contenu local est l'expression du savoir et de l'expérience d'une communauté, le mécanisme de création et de diffusion fournit aux membres de la communauté l'opportunité d'interagir et de communiquer entre eux, exprimant leurs idées propres, leurs connaissances et leur culture dans leur propre langage.

Dans ce contexte, il est important de saisir et de comprendre les modèles socio-économiques et culturels dominants sous-jacents à la création et la distribution du contenu, informatif et de divertissement, produit en grande quantité pour nourrir les médias traditionnels et les nouveaux médias. Les courants dominants sont évidemment le flux de contenus de niveau médiocre provenant de groupes économiquement et socialement puissant vers les groupes moins privilégiés, des pays développés aux méthodes de productions plus sophistiquées vers les pays et les réseaux en développement.

En cela, la radio communautaire demeure une exception, fonctionnant traditionnellement avec davantage de contenu local, mais le contenu à disposition des quelques milliards de personnes de la planète par la télévision et Internet provient de sources très limitées.

La distribution rencontre encore davantage de problème que la production. Les diffuseurs du monde entier, en particulier ceux des pays en développement, dans le domaine public et commercial, accordent leur préférence aux packages bon marché provenant de l'ouest plutôt que d'acheter les droits de contenus régionaux, plus coûteux et requérant un effort d'adaptation pour l'audience. Si les distributeurs n'ont pas toujours le choix, la production locale restant souvent faible et leur

programmation exigeante, c'est aussi au niveau décisionnaire que le manque d'engagement se fait sentir. L'importance de la diversité culturelle n'est pas encore pleinement reconnue. Les pratiques audiovisuelles courantes amènent souvent les pays voisins à ignorer le contenu produit au-delà de leur frontière, favorisant le manque de compréhension entre les populations.

La stratégie de l'UNESCO pour promouvoir le développement de contenus repose sur le partenariat avec les créateurs de contenus, les organisations de médias, les ONG, les distributeurs et les organisations internationales professionnelles. Dans ce but, l'Organisation a lancé, il y a deux ans, le Programme pour un contenu créatif qui a pour but d'encourager la production et la diffusion de contenu local pour la radio, la télévision et les nouveaux médias.

Les derniers développements technologiques ont proposé de nouveaux outils qui peuvent aider les pays et les communautés en difficulté à développer leur créativité et atteindre de plus larges audiences et marchés tout en préservant leur identité culturelle.

Dans cet esprit, l'UNESCO vient de lancer sa plateforme audiovisuelle, un catalogue en ligne multiculturel pour les producteurs et distributeurs indépendants.

Cette plateforme, aujourd'hui totalement opérationnelle, offre un moyen de communication alternatif et a pour but d'augmenter l'échange de contenu entre pays jusque-là peu fournisseurs de contenus, donnant la possibilité à des producteurs locaux et indépendants d'atteindre une audience internationale et créant un nouvel espace de dialogue et de communication interculturelle.

La prochaine étape pourrait ouvrir une initiative de ce type au public, au moyen d'une modeste contribution, suivant le principe du "pay-per-view", qui permettrait de financer les auteurs indépendants, assurant la durabilité du projet et la permanence de la créativité du secteur audiovisuel.

Table des matières

SOMMAIRE

Intro par Babacar Touré, Président

« Redistribuer les cartes/ Repenser le pluralisme/ Renouveler le pacte»

- Présentation du Conseil
- o Bios de l'Assemblée du CNRA
- Extraits loi portant création (compétences, mission, attributions)

RAPPORT D'ACTIVITES

1. Activités statutaires

- i. Activités du Conseil (réunions, missions, etc.)
- ii. Couverture des élections locales
- iii. Synthèse des rapports de monitoring
- iv. Synthèse des plaintes
- v. Avis trimestriels ; mises en demeure
- vi. Difficultés rencontrées

2. Chantiers et observations

- i. Intro – Mise en œuvre des questions soulevées en 2012 et 2013 – ½ page
- ii. Etat des lieux : Situation des médias et de la liberté d'expression en 2014
- iii. Gouvernance : modernisation du cadre légal et régl. (mise à jour)
- iv. Technologie : Accompagnement du passage au numérique
- v. Régulation des contenus

3. Recherche et développement

- i. Intro - Suites des questions soulevées en 2013
- ii. Système de monitoring
 - Acquisition et installation
 - Fonctionnement – 1 page + photo
 - Réflexions sur la professionnalisation du secteur (industrie et régulation)

4. Activités – National et international

- Couverture médias des élections locales
- Passage au numérique

- Liberté de la presse et droits humains
- Médias : éthique et déontologie
- Médias et genre
- Réseau international des régulateurs

ENSEIGNEMENTS DE L'ANNEE

- Liberté de presse et évolution du paysage audiovisuel
- CONTAN et EXCAF /Créativité et génie sénégalais pour basculement
- PROTECTION DU JEUNE PUBLIC/ Enseignement des Journées d'étude, notamment les bases et éclairages des spécialistes pour l'élaboration d'un système de signalétique endogène
- PARITE

DEFIS ET PROJECTIONS : OPINION

Réflexion

- A. Deux textes de réflexion de membres du Conseil - 4 pages
1. « Place de l'information et évolution du journalisme » par Jean Meïssa Diop
 2. « Expression d'Art et culture dans les médias audiovisuels » par Mbaye Sopé et Sokhna Benga

PAROLES D'ACTEURS :

- a. Question a : Principal défi face à la mondialisation des médias ?
- b. Question b : Responsabilité des éditeurs de contenus après le passage au numérique ?
- c. Question c : Comment les usagers peuvent-ils mieux s'impliquer dans la régulation ?
- d. Question d : Comment associer les jeunes à la programmation de contenus ?
- e. Question e : Le rôle du régulateur dans le contexte de basculement au numérique ?
- f. Question f : Comment valoriser le rôle des radios communautaires ?

ANNEXES

- Principales évidences du sondage jeune public
- Cahier des charges Excaf et Huawei
- A lire ... Articles sur passage au numérique et enjeux de pluralisme
- Ressources web

Ressources

SITES DES PARTENAIRES DU CNRA

Si vous souhaitez approfondir votre compréhension des questions de régulation des médias et votre réflexion, nous vous recommandons les sources et lectures suivantes :

Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC)

www.acran.org

Union économique et monétaire Ouest-africaine (UEMOA)

www.uemoa.int

Organisation de la Coopération Islamique (OCI)

www.oic-oic.org

Réseau francophone des Régulateurs des medias (REFRAM)

<http://refram.org>

Conseil supérieur de la Communication (CSC)-Burkina Faso

www.csi.bf

Haute Autorité de la Communication audiovisuelle (HACA) Maroc

www.haca.ma

Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) France

www.csa.fr

Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications canadiennes (CRTC) Canada

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





Immeuble Tamaro - 10^{ème} 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