

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BIBLIOTHEQUES

LA PRESSE ECRITE ET AUDIO-VISUELLE  
AU SENEGAL

Mémoire présenté par  
SOW Mody

Sous la direction de  
Gérard HERZHAFT



1983

40

Villeurbanne  
1983  
19ème Promotion

SOW (Mody). - La Presse écrite et audio-visuelle au Sénégal : mémoire / présenté par Mody SOW ; sous la direction de Gérard Herzhaft. - Villeurbanne : Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques, 1983. - 66 p.- 1 f. de carte ; 30 cm.

Mémoire ENSB : Bibliothéconomie : Villeurbanne, 1983.

- Presse, Sénégal, 1844-1982

- Presse audio-visuelle, Sénégal, 1844-1982

Bref historique de la presse écrite suivie de l'analyse critique des différentes revues avec une présentation de la presse audio-visuelle et de son rôle dans la tradition orale.

"La capacité de conserver le son puis l'image et le son -c'est-à-dire en fin de compte recréer précisément le mouvement- est un événement tout à fait comparable, non pas tellement comme on l'a parfois dit, à la découverte de l'imprimerie, mais bien plutôt à l'invention de l'écriture. Que ceux pour qui cette affirmation semble aujourd'hui exagérée songent qu'un siècle à peine s'est écoulé depuis Charles Cros, Thomas Edison et Louis Lumière et regardent sans oeillères quels énormes bouleversements le disque, le cinéma, la radio, la télévision ont apporté dans notre vie quotidienne".

G. HERZHAFT

## I N T R O D U C T I O N

=====

Le Sénégal, ex-colonie française indépendante depuis le 4 avril 1960, est l'un des pays africains dont la naissance de la presse écrite est fort ancienne.

En effet, le premier périodique du Sénégal paraît au cours de la deuxième moitié du XIXe siècle.

L'origine de la presse écrite est surtout liée à la vie politique de la métropole qui a fortement influencé la politique locale.

Par presse à l'époque coloniale il faut entendre tous les écrits périodiques publiés par feuilles ou à intervalles plus ou moins éloignés, même irréguliers mais dont la succession est prévue comme indéfinie.

Les journaux étaient surtout des journaux d'opinion. Leur durée était très éphémère, parfois le temps d'une élection pour renaître à la veille de nouvelles élections.

Il est très difficile de donner le tirage exact de ces journaux et le nombre de lecteurs de l'époque.

Mais il semble que ces journaux sont surtout le privilège des métis et de l'élite sénégalaise de l'époque. L'information est en somme détenue par une très faible fraction de la population.

Seuls les habitants des villes comme Dakar, Saint-Louis,

Rufisque et Gorée qu'on appelait les Quatre Communes, sont concernés. L'avantage des populations de ces villes est qu'elles sont considérées comme des citoyens français. L'intérieur du Sénégal est soumis au régime de l'indigénat.

Le développement de la presse locale est freiné par la deuxième guerre mondiale. C'est une période marquée par la cessation de beaucoup de journaux.

Après la guerre, six seulement reprennent leur publication. Seul "Paris-Dakar" paraît sans interruption pendant cette période.

La presse d'opinion politique continue jusqu'à l'indépendance. A partir de 1963 les mandats de l'ex-Président Senghor furent marqués par l'apparition de journaux d'information générale.

Les journaux des partis d'opposition et les partis eux-mêmes ne sont plus reconnus et passent dans la clandestinité. Au cours des années 1970 on note une première reconnaissance officielle des partis d'opposition, et la mise en place d'une certaine liberté de la presse.

C'est surtout avec l'accession à la magistrature suprême du nouveau Président Abdou DIOUF que la presse connaît un regain de développement.

Tous les journaux des différents partis politiques peuvent paraître sans être l'objet de censure.

C'est dire donc que l'année 1981 représente un tournant dans l'évolution de la presse sénégalaise.

C'est la raison pour laquelle il est intéressant d'étudier cette évolution de la presse.

Cette étude nous permet de poser un certain nombre de questions : est-ce qu'il n'y a pas eu un retour à la situation de l'époque coloniale ? période durant laquelle les journaux politiques

dominant ; on peut s'interroger aussi sur l'avenir de ces périodiques d'opinion politique.

Le Sénégal est une nation jeune où il se pose parfois le problème des cadres dans certains domaines ; il convient donc d'analyser dans ce sujet la formation de ceux qui sont appelés à collecter l'information et la mettre à la disposition du public : les journalistes.

La deuxième partie du sujet consiste à l'analyse de la presse écrite qu'on peut qualifier de nationale à partir de 1970, avec l'apparition du quotidien "Le Soleil".

Il se pose l'épineux problème de la concentration de la presse dans la capitale. Sa diffusion vers les capitales régionales et les petites villes de l'intérieur est très faible et inégale. On analysera aussi les catégories sociales qui s'occupent de la distribution des journaux et celles qui les lisent.

La troisième partie traite de la presse audio-visuelle qui est d'apparition très récente. Elle concerne essentiellement la radio et la télévision. Pour des raisons de commodité le problème du cinéma ne sera pas analysé dans ce sujet.

Le Sénégal est un pays de forte tradition orale. C'est ce qui explique l'influence des détenteurs de la parole : les griots dans toutes les cérémonies familiales.

La tradition orale est encore vivace surtout dans les zones rurales où on ne note qu'une timide pénétration du journal. Pour les populations rurales le seul moyen d'information régulière reste la radio.

Cependant la télévision est surtout dans l'état actuel des choses un privilège des populations citadines. Mais on peut se demander aussi si la possession de ce média est une nécessité ou un luxe ? Il en est de même des magnétoscopes.

L'avenir de la presse pose le problème de la survie de certains périodiques frappés par une crise financière.

Il pose aussi le problème de la fuite de certains cerveaux en l'occurrence des journalistes formés au Sénégal partent parfois vers l'Europe ou l'Amérique, notamment à la chaîne de la "Voix de l'Amérique" ou à la BBC en Grande-Bretagne.

Afin de collecter le maximum d'informations sur les journaux, nous avons élaboré un questionnaire qui a été remis à chaque directeur de publication.

Cependant le problème majeur de la presse sénégalaise est l'absence de statistiques issues des enquêtes à l'image de celles publiées par la SOFRES en France.

## P R E M I E R E     P A R T I E

---

### CHAPITRE I : HISTORIQUE DE LA PRESSE

---

Dans l'historique de la presse au Sénégal on peut distinguer trois grandes périodiques :

#### I.1 - LA PREMIERE PERIODE : 1844-1914

Cette période est marquée par la naissance du premier journal sénégalais ; elle se termine au début de la première guerre mondiale.

Le "Bulletin administratif" du Sénégal qui paraît à Paris de 1844 à 1852. A partir de 1853, le Bulletin est imprimé à Saint-Louis qui bénéficie dès cette période d'une imprimerie. Le périodique devient mensuel en 1956. Il a surtout un caractère officiel car il ne mentionne que les arrêtés, les rapports, les décisions du Ministre des Colonies.

La naissance du "Moniteur du Sénégal" en 1856 marque le début de la presse d'information générale.

En juillet 1883 à Saint-Louis, on note la création du "Réveil du Sénégal", journal d'opinion politique qui appuie la campagne électorale de J.F. CRESPIER contre A. GASCONI.

En août 1886, il y a eu la création du journal "Le Petit Sénégalais" caractérisé par son anticléricalisme et ses attaques person-



nelles. Il disparaît au cours de la même année à la suite d'un procès en diffamation.

En juin 1896, c'est l'apparition de "L'Indépendant" et en novembre de la même année, la naissance de "L'Union africaine" à Saint-Louis.

En juillet 1896, paraît à Dakar "L'Afrique occidentale", imprimée en France. Il met surtout l'accent sur les questions économiques.

En 1902, paraît le "Courrier du Sénégal". Cependant Mme BOULEGUE (1) pense que "c'est à partir du 27 juillet 1907 que commence véritablement la presse au Sénégal".

C'est une période où l'on voit paraître "La Vérité" en 1911 et le "Photophore Sénégalais", en 1913.

Durant les élections législatives de 1910 la campagne est menée par trois journaux. Il s'agit de :

- "L'Avenir du Sénégal" (1907) qui appuie la candidature de F. MARSAT.
- "Le Radical Sénégalais" est en faveur de F. CARPOT.
- "L'Afrique" soutient P. SABOURAULT.

En 1914, "L'A.O.F." est un organe d'information générale qui ne fait pas de politique.

Avec la première guerre mondiale, on note un ralentissement des activités de la presse locale, du fait de la participation des tirailleurs sénégalais à la guerre du côté des Français.

(1) M. BOULEGUE. - La Presse au Sénégal avant 1939 : bibliographie. 1972, p. 715.

## 1.2 - LA DEUXIEME PERIODE : 1918-1939

La période d'entre les deux guerres est marquée par un regain de l'activité politique, dominée par les hommes politiques nationaux.

L'évolution de la presse est fortement influencée par celle des partis politiques.

En novembre 1918 la "Démocratie du Sénégal" devient "l'Ouest Africain Français", organe du parti républicain socialiste de B. DIAGNE.

En 1926, fondation du journal "La France coloniale" par B. DIAGNE dont le directeur général en chef est A. DUGAY-CLEDOR, qui va fonder également en 1934 "Le Franco-Sénégalais".

En 1935, création du journal "Clarté" par Armand ANGRAND et Charles GRAZIANNI, membres de la SFIO.

Au cours de la même année, le "Progrès" est créé à Saint-Louis, dont le directeur est Hamat Sow Télémaque.

Au cours de cette période, on voit l'avènement du journal "Paris-Dakar" qui devient un quotidien à partir de 1937.

En 1935, Louis GIRARD ancien directeur de "Stégomya", fonde à Paris le "Courrier de l'Ouest Africain", dirigé à Dakar par Maurice JACQUIN, organe SFIO.

L'évolution va se poursuivre jusqu'au début de la deuxième guerre mondiale, période qui correspond à une rupture dans la presse locale.

## 1.3 - TROISIEME PERIODE : 1939 à 1960

Au cours de la deuxième guerre mondiale, la plupart des

journaux cessent de paraître. On en note six seulement qui reprennent leur publication après la guerre. Mais "Paris-Dakar" paraît sans interruption durant la guerre. L'"A.O.F." a paru entre 1939 et 1945. "Clarté" a cessé de paraître en 1935 pour renaître en 1944. La "Sirène Sénégalaise", disparue en 1932 réapparaît en 1952, comme l'organe de la SFIO. On note également au cours de cette période, "Dakar-jeunes" qui devient en mars 1943 "Dakar-Magazine", puis en juin 1943 "Afrique en guerre".

Il y a également "Le Travailleur de l'AOF", organe d'information et d'action des syndicats confédérés d'Afrique Occidentale Française.

Entre 1952 et 1960, avec l'accession du pays à l'indépendance, on note l'apparition du quotidien "Dakar-matin".

A partir de 1960, la capitale est transférée à Dakar. Déjà s'opère un déplacement de la capitale de la presse du Nord-Ouest vers l'Ouest.

Cette période marque la fin du rayonnement culturel de Saint-Louis.

## CHAPITRE II : FORMATION ET STATUT DES JOURNALISTES

---

Il convient de noter qu'avant l'accession du Sénégal à l'indépendance, le 4 avril 1960, et jusqu'en 1968, la formation des journalistes sénégalais se déroulait en Europe, mais surtout en France où l'Ecole des journalistes de Lille a formé la majorité de ceux qui sont aujourd'hui les premiers journalistes diplômés sénégalais.

Cependant, il faudra attendre 1969 pour voir la création d'une école de journalistes au Sénégal.

## II.1 - LE C.E.S.T.I.

Le Centre d'Etude des Sciences et Techniques de l'Information (C.E.S.T.I.) est un institut de l'université de Dakar. Il a été créé à partir des années 1969 ; cependant il ne fonctionne à plein temps qu'à partir de 1974.

Le C.E.S.T.I. est un établissement d'enseignement supérieur un centre de perfectionnement et de recyclage, et un institut de recherche scientifique. Il a adopté une formule entièrement nouvelle, conçue pour mieux répondre aux besoins de la profession de journaliste en Afrique.

Les études s'échelonnent sur trois ans, et débouchent sur un diplôme spécial créé par l'université de Dakar. Ce diplôme équivaut à la licence. Le concours d'entrée est ouvert aux bacheliers. A partir de 1979, on note un concours ouvert aux licenciés qui ont une formation plus spécialisée.

Le C.E.S.T.I. accueille non seulement des étudiants sénégalais, mais aussi des étudiants africains venus de divers pays, tels que la Mauritanie, la Côte d'Ivoire, le Mali, le Niger, la Haute-Volta.

### II.1.1. - Les objectifs du C.E.S.T.I.

Les objectifs généraux de la formation sont déterminés en fonction des besoins actuels et de l'attente de la profession, mais encore en fonction de l'évolution nécessaire de la profession d'informateur en pays en voie de développement.

Le C.E.S.T.I. se propose de former des journalistes ou spécialistes de l'information polyvalents.

Les futurs journalistes sont destinés à travailler dans les secteurs de l'information les plus divers, et rares sont ceux qui

connaîtront précisément leur affectation future : dans la capitale ou en région ; dans la presse écrite, à la radio-télévision ; ou comme attachés de presse. Cette diversité de destinations amène à opter pour une formule de formation polyvalente.

Il se propose entre autres objectifs, la formation d'agents de développement. L'Ecole de journalisme ne remplirait qu'à moitié sa mission si elle ne se fixait pour objectif que de former de bons professionnels directement utilisables aux postes auxquels on les assignerait. L'Afrique en général, et le Sénégal en particulier, a besoin d'authentiques agents de développement qui soient capables de définir leurs propres principes et de forger leurs propres outils d'analyse et d'action. C'est pour cette raison que le C.E.S.T.I. en dehors de la formation permanente, organise parfois des stages.

#### II.1.2 - Les stages

En temps que centre de recyclage, le C.E.S.T.I. a organisé six stages régionaux s'adressant à des agents de l'information qui ont bénéficié de bourses de l'UNESCO. Avec le stage de 1970, le nombre des journalistes venus chercher un complément de formation au C.E.S.T.I. depuis le début, dépasse la centaine. Ils sont venus des pays suivants : Burundi, Cameroun, République Centrafricaine, République démocratique du Congo, République populaire du Congo, Côte d'Ivoire, Dahomey, Gabon, Haute-Volta, Madagascar, Mali, Mauritanie, Niger, Rwanda, Sénégal, Tchad, Togo.

De plus le C.E.S.T.I. organise des séminaires et des tables rondes au cours desquels sont examinés les problèmes spécifiques de la presse en Afrique. Il espère devenir un centre de rencontres et d'échanges, un point de convergence de tous ceux qui s'intéressent à la presse et à l'information en Afrique.

Avec l'apparition des journalistes diplômés, on assiste à une redéfinition de leur statut.

## II.2 - STATUT DES JOURNALISTES SENEGALAIS

Le statut du journaliste au Sénégal a été bien précisé dans le Journal Officiel du 21 mai 1970, p. 539-544.

Etre journaliste suppose une certaine formation et la nécessité de gagner un salaire auprès d'un organe public ou privé de presse.

L'article 44 stipule : "est journaliste professionnel, le journaliste qui a pour occupation principale et régulière l'exercice de sa profession dans une agence d'information, une entreprise ou un service de presse, publics ou privés, qu'il s'agisse de presse écrite, parlée ou filmée, quotidienne ou périodique, et qui en retire le principal des ressources nécessaires à son existence".

La déontologie professionnelle doit être sa première règle. Cette déontologie suppose le respect scrupuleux de l'objectivité et de l'impartialité. Il a été créée une commission nationale de la presse qui est l'organe de délivrance de la carte d'identité de journaliste professionnel. Les modalités d'acquisition de cette carte professionnelle se trouvent dans l'article 57, qui précise que chaque postulant à la carte de journaliste professionnel doit fournir à l'appui de sa demande :

- . un extrait d'acte de naissance,
- . un extrait de casier judiciaire datant de moins de 3 mois,
- . une attestation sur l'honneur qu'il n'a jamais été l'objet d'une condamnation non amnistiée privative des droits civiques,
- . un curriculum vitae,
- . une déclaration sur l'honneur que le journalisme est sa profession et qu'il en tire le principal des ressources nécessaires à son existence.

Cette affirmation devra être établie :

- soit sur la base de l'indication des publications auxquelles le postulant aurait déjà loué ses services,
- soit par la justification des services rendus à un organe de presse comme pigiste ou journaliste,

- soit par la production d'un diplôme d'une école de journalisme reconnu par la République du Sénégal,
  - . une attestation dûment établie et signée par le Directeur de la publication à laquelle le postulant aurait loué ses services au moment où il a dressé la demande à la commission.
- Cette attestation doit obligatoirement indiquer :
- le salaire du postulant,
  - l'indication, le cas échéant, des autres occupations régulières rétribuées,
  - un engagement de tenir la commission informée de tout changement intervenu dans sa situation, engagement qui comportera l'obligation de rendre la carte de journaliste professionnel,
  - . trois photos d'identité.

On voit bien donc que les hommes de la presse doivent remplir un certain nombre de conditions avant d'exercer leur profession.

Quelles sont les fonctions que demande cette profession ?

### II.3 - LES FONCTIONS DE LA PRESSE

Les fonctions de la presse sénégalaise sont les mêmes que celles de la France, à la différence qu'au Sénégal on assiste depuis l'ouverture démocratique de 1981 à un regain de la presse d'opinion qui connaît actuellement une baisse en France.

Parmi les fonctions de la presse, on distingue :

#### II.3.1 - La recherche et la diffusion de l'information.

La première fonction de la presse est de rechercher et de mettre à la disposition du public sénégalais, les événements du monde. Cette tâche est d'autant plus difficile avec un public particulièrement friand en événements sensationnels qui illustrent bien la définition qu'on donne de la nouvelle : "Un chien qui mord un évêque ce n'est pas une nouvelle, mais un évêque qui mord un chien, ça

c'est une nouvelle". Cependant, cette presse est écartelée entre le souci de plaire à son public et les impératifs commerciaux.

En effet dans beaucoup de journaux sénégalais, ce sont les impératifs commerciaux qui orientent la présentation matérielle, le tirage et le choix des illustrations. Notons aussi une certaine stratégie qui consiste à maintenir le lecteur dans le suspens en imprimant des articles inachevés suivis de la mention à suivre. Ce procédé incite le lecteur à acheter le prochain numéro afin d'assouvir sa curiosité. Ces genres d'articles se font surtout lors de la proclamation des résultats du Bac ou de l'entrée en 6e.

### 11.3.2 - L'expression d'opinion

Depuis l'ouverture démocratique élargie par le nouveau Président du Sénégal, à partir de janvier 1981, presque chaque parti politique à son organe. Désormais les journaux d'opposition publient sans risque de censure. On compte actuellement une dizaine de journaux d'opposition. Chaque organe essaie de véhiculer l'idéologie de son parti.

Le regain actuel de la presse d'opinion s'explique d'une part par l'absence de censure et d'autre part le souci de propager les idées, afin de gagner plus de militants avant les élections présidentielles du 27 février 1983.

Cependant, on peut s'interroger sur l'avenir de la presse d'opinion dans notre deuxième grande partie.

### 11.3.3 - La fonction sociale

Au niveau du Sénégal, la fonction sociale de la presse est très appréciée, notamment les informations pratiques, comme les pharmacies de garde, la vie des cinémas, mais surtout les décès, car l'assistance à l'enterrement ou aux funérailles d'un proche parent



est primordiale dans la société traditionnelle sénégalaise.

Cette fonction sociale se manifeste également à travers la publicité et les annonces qui jouent un rôle d'intermédiaire pour le marché de l'emploi.

A cette fonction sociale, se double une fonction de divertissement.

#### 11.3.4 - Les fonctions psychologiques

Ces fonctions peuvent se vérifier dans les grandes villes sénégalaises qui connaissent les mutations des sociétés traditionnelles communautaires vers une vie citadine plus individualiste, où les relations deviennent de jour en jour "abstraites", "fragmentaires" et "dépourvues d'intimité". Dans cette "société moderne" sénégalaise la lecture du journal ou le spectacle de la télévision interviennent d'une manière psychothérapeutique.

Il convient de noter aussi la fonction d'identification. En effet au Sénégal l'abonnement à certains journaux français tels que "Le Monde" ou "Le Monde diplomatique" est un signe d'appartenance à une classe privilégiée, celle des cadres.

## DEUXIEME PARTIE

---

### CHAPITRE III : LA PRESSE ECRITE

---

Dans ce chapitre nous analyserons successivement : la naissance de la presse nationale, les différentes revues, la concentration de la presse et la distribution.

#### III.1 - NAISSANCE DE LA PRESSE NATIONALE

La presse nationale est un phénomène récent au Sénégal. Elle remonte à une dizaine d'années.

En effet c'est en 1970 avec la création du quotidien "Le Soleil" qui succède à "Dakar-Matin", qu'on peut parler d'une véritable presse écrite nationale sénégalaise.

A partir de cette date on assiste à un vaste mouvement de nationalisation des postes. C'est ainsi qu'au niveau du quotidien national, la direction générale est confiée à un Sénégalais : Bara DIOUF.

Au cours de cette période, la presse écrite était au service exclusif de l'Etat. Les articles des journalistes devaient refléter l'idéologie du pouvoir en place. Devant cette situation la liberté de la presse était loin d'être atteinte.

A partir de 1977 l'ex-Président Senghor décide de faire une certaine ouverture démocratique par la reconnaissance du tripartisme. Les gens de la plume ont beaucoup oeuvré pour l'avènement de cette démocratie. C'est la raison pour laquelle Christian SAGLIO (1) écrit "La presse est un des éléments moteurs du printemps démocratique sénégalais. A Dakar presque tous les journaux de la planète entrent librement".

En 1981 avec l'accession de Abdou DIOUF à la Présidence on assiste à une floraison de journaux d'opinion. On note 14 partis politiques dont chacun possède son journal.

Il convient de noter que la presse s'exprime entièrement en français, qui est pour le moment la langue officielle du Sénégal (dans une moindre mesure en arabe). Cependant beaucoup de journaux portent des titres en langue nationale tels que DIEUF (action), JAAY DOOLEBI (le prolétaire), TAKUSAAN (le soir). L'objectif du gouvernement est d'introduire l'enseignement des langues nationales dans un premier temps au niveau des écoles élémentaires, puis dans le secondaire et le supérieur. La presse pourra ainsi véhiculer les informations dans nos langues nationales.

Il existe une agence de presse sénégalaise dont le rayonnement ne dépasse pas les limites nationales. Actuellement la collecte des informations en provenance de l'étranger s'effectue par l'intermédiaire des agences de presse étrangères en l'occurrence l'agence France-Presse.

Cette période est marquée par le poids de Dakar qui devient la capitale de la presse, au détriment de Saint-Louis. Il se produit du même coup un glissement des activités liées à la presse vers la nouvelle capitale.

(1) SAGLIO (Christian). - Sénégal. 1980. p. 69-70.

## III.2 - L'ANALYSE DES REVUES

L'analyse a porté essentiellement sur les revues sénégalaises bien que les journaux étrangers soient largement représentés au Sénégal.

Elle est axée d'une part sur la presse quotidienne, et d'autre part sur la presse périodique.

### III.2.1 - La presse quotidienne

Contrairement à la France, il n'existe pas au Sénégal de presse quotidienne de province.

La presse quotidienne d'information générale comprend deux titres qui revêtent un caractère national, dont le premier s'appelle "Le Soleil" et le second "Takusaan" (Le soir).

#### A - "LE SOLEIL"

Il succède au quotidien "Dakar-Matin" et son premier numéro paraît le 20 mai 1970.

Il tire à 40 000 exemplaires et il est vendu dans toutes les villes du Sénégal et dans certains pays africains, notamment en Mauritanie et en Côte d'Ivoire.

Il comprend 20 pages et présente un format de 49 x 31 cm.

C'est un quotidien qui se singularise par son contenu. En effet chaque jour on retrouve les mêmes rubriques qui sont publiées à la même page.

Sur la page à la "une", qui sert de vitrine au quotidien, figurent les titres et une partie de l'éditorial. Le titre le plus révélateur est souvent écrit en couleur rouge ou bleue.

La première rubrique s'intitule "Nation". Elle est réservée aux activités quotidiennes des membres du gouvernement et aux audiences du Chef de l'Etat. Elle mentionne également les départs et les

## LE SOLEIL

Périodicité : quotidien

Date de fondation : 1970

Adresse : Route du service géographique - Hann  
BP 92 - Telex 431 SG  
Tél. 21.46.92

Directeur général : Bara DIOUF

Société éditrice : Société sénégalaise de presse

Prix : 100 F. CFA soit 2 F.F.

Abonnement : 36 500 F. CFA

Distribution : Agence de distribution de presse

Publicité : Régisseur exclusif :  
Société de publicité  
15 bis, Boulevard Pinet  
Laprade - BP 503 DAKAR

arrivées des personnalités étrangères accréditées au Sénégal.

La deuxième rubrique retrace les différents événements au niveau des régions. Puisqu'il n'existe pas de presse provinciale chaque correspondant au niveau régional, envoie son article au "Soleil".

On distingue 8 régions : Cap-vert, Thiés, Sine Saloum, Casamance, Fleuve, Louga, Diourbel, Tambacounda.

Sa troisième rubrique "Bloc-notes" est très sollicitée par les lecteurs. Elle est surtout consacrée aux divertissements et distractions dont on peut bénéficier à Dakar. Les amateurs de cinéma ont la possibilité de consulter les différents films projetés au cours de la semaine. Cependant, les enfants sont surtout intéressés par les deux dessins de LAPLACE. Ce célèbre dessinateur du "Soleil" a conquis le public adolescent en créant toujours deux dessins en apparence identiques. Le jeu consiste à retrouver les 8 fameuses erreurs entre le premier et le deuxième dessin. Dans le cas échéant, on consulte la correction.

Au niveau de cette rubrique, les amateurs de mots-croisés ne sont pas du reste lésés. Des grilles pour mots-croisés sont à leur disposition. C'est aussi la rubrique qui annonce les prévisions météorologiques au cours de la journée.

Elle a une fonction capitale : elle indique l'adresse du médecin de garde, de la pharmacie, du service des eaux et du service de l'électricité pour qu'en cas d'urgence, on puisse s'adresser directement à eux.

Enfin, c'est une rubrique nécrologique et de convocations.

La quatrième rubrique intitulée "Avis et Légales" concerne les avis d'appel d'offres qui s'adressent aux entrepreneurs et les ventes aux enchères effectuées par les commissaires priseurs. Elle est complétée par les petites annonces et l'horoscope.

La cinquième rubrique "Afrique" est consacrée à l'actualité dans les différents pays africains.

La sixième rubrique "Proche-Orient" met l'accent sur les

événements survenus dans cette région du monde. Il a paru indispensable de réserver une page entière pour le Proche-Orient, car c'est un foyer de tensions où il ne se passe pas de jour sans nouvelles.

La septième rubrique "Monde" détaille les informations qui ont eu comme théâtre le monde occidental.

La huitième rubrique "Sports" dresse un panorama des différentes activités culturelles et sportives des clubs de première et de deuxième division du Sénégal. La plupart des Sénégalais achètent le quotidien à cause de la rubrique sportive. Nous reviendrons sur l'importance de cette presse sportive en analysant la revue "Zone 2".

"Le Soleil" a subi les conséquences de la hausse du prix du papier, qui se sont traduites par une hausse de son prix de vente. De 50 F. CFA (1 F. Français) en 1970, il passe à 100 F. CFA (2 F.F.) en 1982. "Le Soleil" tire l'essentiel de ses ressources grâce à ses ventes, à des subventions accordées par le gouvernement et à la publicité. Elle est gérée par la Société de Publicité (15 nis Bd Pinet Laprade - Dakar) qui détient le monopole de la publicité dans tout le pays. La publicité occupe environ 30 % des pages du quotidien.

Malgré les critiques que lui lancent les lecteurs, "Le Soleil" reste actuellement le seul quotidien à couvrir la quasi-totalité du pays.

Sur le plan bibliographique, "Le Soleil" rend des services considérables aux bibliothécaires sénégalais. Il sert de "bibliographie courante commerciale", concernant la production littéraire et scientifique du pays, car jusqu'à présent il n'existe au Sénégal ni une bibliographie officielle courante ni une bibliographie courante commerciale paraissant chaque semaine.

## B - "TAKUSAAN"

est le second quotidien sénégalais créé à la veille des élections législatives et présidentielles de février 1983. Son premier numéro paraît le 22 février 1983.

La naissance de "Takusaan" marque l'avènement d'un premier quotidien sénégalais indépendant du gouvernement. Il est uniquement l'oeuvre d'initiative privée.

Ce quotidien dirigé par un député de l'opposition, est venu compléter, sinon contrebalancer, le poids du "Soleil" qu'on a toujours taxé de pro-gouvernemental.

La première rubrique intitulée "Idées" est réservée aux lecteurs qui donnent leurs avis sur des problèmes généraux.

La deuxième rubrique "Nation" est un compte-rendu de tous les événements politiques survenus à l'intérieur du territoire national.

La troisième rubrique "Bloc-notes" est consacrée à l'horoscope et aux jeux consistant à découvrir les 10 erreurs entre deux dessins apparemment identiques. A l'instar du "Soleil", elle présente aussi des informations à caractère social d'une importance capitale. En effet c'est une rubrique qui nous signale l'adresse des pharmacies de garde, des hôpitaux, des associations de bienveillance, et des services religieux. L'originalité de ce "Bloc-notes" de "Takusaan" réside dans la présentation des bibliothèques et centres culturels au niveau de Dakar afin d'élargir le choix des lecteurs.

La quatrième rubrique intitulée "Magazine" révèle les problèmes que traversent les musiciens sénégalais qui pendant très longtemps ignoraient leurs droits et étaient exploités par les maisons de disque. Actuellement les revendications portent surtout sur les droits d'auteur.

La cinquième rubrique "Etranger" présente l'actualité en Afrique et dans le monde.

"Takusaan" se termine par une rubrique sportive qui fait le point sur les différentes rencontres sportives tant au niveau national qu'au niveau international.



**"TAKUSAAN" (Le Soir)**

**Périodicité : Quotidien**

**Date de fondation : 1983**

**Adresse : 77 avenue Peytavin  
DAKAR**

**Directeur de la publication : Fara N'Diaye**

**Société éditrice : Interafricaine d'éditions**

**Prix : 100 F. CFA**

**Abonnement : 21 600 F. CFA**

**Distribution : A.D.P.**

**Publicité : S.P.T.**

Dans l'état actuel des connaissances, après quelques mois d'existence, nous ne pouvons rien avancer sur l'avenir de ce deuxième quotidien sénégalais. Le moins que l'on puisse dire est que sa qualité rédactionnelle est bonne. En outre, il est apparu à une période où les Sénégalais commençaient à manifester un certain recul vis à vis du "Soleil" qu'ils jugent comme étant la répétition des informations de la télévision et de la radio.

### III.2.2 - Les périodiques

Depuis les années 1979, le Sénégal a connu un développement sans précédent de la presse périodique.

Cependant ces périodiques se spécialisent de plus en plus dans plusieurs domaines, notamment dans le sport, la politique et l'histoire.

#### A - "ZONE 2"

Ce périodique a été fondé en 1979, et il paraît chaque semaine. Spécialisé dans le domaine du sport "Zone 2" demeure le périodique le plus vendu au Sénégal. En effet la passion que le Sénégalais manifeste vis à vis du football, du basket-ball et de la lutte traditionnelle, n'est plus à démontrer.

Il présente une même pagination et un même format que "Soleil" Mais ce qui fait l'originalité de "Zone 2" et qui attire la clientèle, c'est la qualité des documents photographiques. C'est la raison pour laquelle les supporters fanatiques, désireux de garder un souvenir de leur joueur préféré, n'hésitent pas à se le procurer. Il comprend plusieurs rubriques :

La première rubrique "Relaxe" s'adresse aux amateurs

de jeux de dames à qui on pose un problème.

La deuxième rubrique "Football" est une analyse détaillée des différentes rencontres nationales ou internationales au cours de la semaine. Elle est agrémentée par les images les plus frappantes au cours des matchs.

La troisième rubrique "Lutte" est consacrée à la lutte traditionnelle qui s'apparente à la lutte gréco-romaine. La lutte est un sport populaire qui a enregistré un énorme succès auprès du public. Ce regain de succès s'explique par la bonne prestation des lutteurs sénégalais au niveau des Jeux Olympiques.

La quatrième rubrique "Basket-ball" met l'accent sur l'importance de ce sport qui a ravi au football une bonne partie de ses supporters.

La cinquième rubrique "Hot" présente les nouveautés dans le domaine musical, notamment le jazz, le rock'n soul et la musique locale. Elle est complétée par une nouvelle littéraire.

La publicité occupe une part non négligeable du journal, environ 20 %.

"Zone 2" devait être en principe financé par le Sénégal, le Mali, la Mauritanie, la République de Guinée Conakry, la Guinée Bissao, les Iles du Cap-Vert, la Gambie et la Sierra Leone. Mais à cause des problèmes financiers que traversent certains de ces pays, le périodique est actuellement uniquement financé par le Sénégal.

## **B - LES PERIODIQUES D'OPINION (ou édités par les organisations politiques)**

---

La presse éditée par les partis politiques est mieux représentée au Sénégal que dans n'importe quel autre pays africain. Il existe 14 partis politiques reconnus officiellement au Sénégal, et chaque parti a son propre journal.

Cette prolifération de périodiques d'opinion sénégalais, sans compter les journaux occidentaux de toutes les tendances, témoigne

de l'existence de la liberté de la presse au Sénégal.

Cependant ces journaux ont un tirage très limité, qui se situe entre 3 000 et 10 000 exemplaires. Ils s'adressent le plus souvent à une clientèle bien définie qui ne dépasse pas les membres du parti.

En plus, ils souffrent parfois de graves crises financières. En effet, l'essentiel de leurs ressources provient des ventes et de la cotisation des membres d'autant plus qu'à cause de leur style trop engagé, la publicité n'y trouve pas son compte. D'autres, pour des raisons de principe, n'acceptent pas la publicité. Devant cette situation de crise, certains disparaissent momentanément (pour deux mois) pour réapparaître à la surprise générale.

C'est pourquoi devant la hausse des prix du papier et l'inflation qui accroît la baisse du pouvoir d'achat des lecteurs, ces périodiques accusent un avenir assez sombre.

Leur seule chance de survie, c'est un changement de style à l'image du journal "Libération" en France, ou bien essayer de gagner la sympathie des agences de publicité.

Ils sont aussi le plus souvent l'objet de plaintes pour raison de diffamation, au niveau des tribunaux.

Malgré tout, la présence de ces périodiques constitue un exemple d'ouverture démocratique et de maturité politique d'un pays africain.

#### B 1 - "CAAXAAN FAAXEE"

est fondé en 1981 par la jeunesse du parti socialiste qui est le parti au pouvoir.

Il comprend 8 pages, et tire à 3 000 exemplaires. Ce mensuel est essentiellement urbain, localisé surtout au niveau de la capitale. Il bénéficie d'une audience très faible qui se limite aux militants du parti socialiste résidant à Dakar.

C'est un périodique humoristique, qui a pour ambition de répandre l'idéologie du parti et de répondre aux attaques de l'opposition. Deux grandes rubriques se partagent le journal :

La première rubrique "Vie du parti" donne un tableau détaillé des meetings, conférences ou autres manifestations organisées dans le cadre du parti.

La deuxième rubrique est une réponse aux critiques de l'opposition, en particulier celle du P.D.S. (Parti Démocratique Sénégalais).

La particularité de ce périodique d'opinion est d'avoir accepté la publicité qui contribue à accroître ses finances.

#### B 2 - "DIEUF" (Action)

Périodique créé en 1982, "Dieuf" (Action) comprend 8 pages et tire à 5 000 exemplaires.

Dans la théorie, "Dieuf" se réclame le grand mensuel dakarois d'information et de formation, mais en pratique ses positions sont très proches de celles de "CAAXAAN FRAAXEE".

C'est un journal dont les rubriques ne sont pas nettes, mise à part la première page consacrée toujours à l'éditorial. Son titre de grand mensuel d'information et de formation trahit en fait le contenu qui est une véritable prise de position sur des problèmes politiques.

La plupart de ses ressources proviennent de la publicité.

Sur le plan informations et formation du public sénégalais "Dieuf" est un journal de piètre qualité. Les lecteurs ont besoin d'une information la plus impartiale et la plus large possible et se soucient de moins en moins des querelles de personnes qui se reflètent à travers les pages de ce périodique.

**"CAAXAAN FAAXEE" (finit la distraction ou divertissement)**

Périodicité : Mensuel

Date de fondation : 1981

Adresse : 22 rue du Docteur Guillet  
Dakar

Directeur de la publication : Amadou Mâtho N'DIAYE

Prix : 200 F. CFA

Abonnement : 2 400 F. CFA

Distribution : A.D.P.

Société éditrice : Nouvelle imprimerie sénégalaise

Tirage : 3 000 exemplaires.

---

**"DIEUF" (Action)**

Périodicité : Mensuel

Date de fondation : 1982

Adresse : Diamaguène Km  
16, route de Rufisque  
DAKAR

Directeur de la publication : Elimane Babacar FAYE

Prix : 250 F. CFA

Abonnement :

Distribution : A.D.P.

Tirage : 5 000 exemplaires

### B 3 - "JAAY DOOLEBI"

est un périodique fondé en 1981 par le Mouvement Révolutionnaire pour la Démocratie Nouvelle (MRDN), parti à tendance marxiste pro-chinois.

Il comprend 12 pages et tire à 4 000 exemplaires. Le "prolétaire", support de l'idéologie du parti a pour objectif de dénoncer les injustices sociales perpétrées par l'impérialisme et la bourgeoisie néocoloniale.

L'éditorial toujours signé Amadou TOP, figure en première page.

Le journal comporte une première rubrique "Vie des partis" qui est le compte-rendu des congrès, réunions, des différents partis politiques.

La deuxième rubrique "Théorie et politique" consacrée à la présentation d'un pays socialiste (ex. : Chine).

Dans la troisième rubrique "Peuples en lutte" le MRDN manifeste son soutien en faveur des luttes menées par les Noirs d'Afrique du Sud, les Palestiniens et les autres minorités privées de liberté dans le monde.

La quatrième rubrique "Femmes" est consacrée au soutien du MRDN pour l'émancipation de la femme.

Le journal tire ses ressources de la vente, des cotisations des membres du parti et enfin des subventions accordées à des particuliers.

L'originalité de "JAAY DOOLEBI" réside dans son style très acerbe envers ses adversaires et son refus d'accepter la publicité. Devant cette situation "JAAY DOOLEBI" se trouve confronté à de graves difficultés financières qui rendent sa parution irrégulière. C'est pourquoi le n° 31, août 1982, page 1, signale : "Nous avons le regret d'informer nos amis lecteurs que "JAAY DOOLEBI" ne paraîtra pas le mois prochain. Cette "pause" sera mise à profit pour tenter d'assainir nos finances et nous préparer à faire face aux échéances de la rentrée. Il est devenu plus que nécessaire que tous les "amis de

J.D.B. " nous apportent un soutien financier, pour éviter l'asphyxie du journal".

Cet appel du "Prolétaire" envers tous ceux qui peuvent apporter leur concours financier pour sauver le journal de la disparition, montre la gravité de la situation financière que traversent tous les journaux des partis politiques.

#### B 4 - "LE POLITICIEN"

lancé en 1979 par Mame Less DIA est l'unique journal satirique sénégalais dû à une initiative privée. Certains coopérants français n'hésitent pas à qualifier "Le Politicien" de "Canard enchaîné" du Sénégal. En effet, rompant avec la conception des journaux de partis, Mame Less DIA se propose d'informer le public sénégalais tout en le divertissant.

La formule du "Politicien" qui consiste à accorder une grande place au dessin politique et au style humoristique, connaît un succès sans précédent auprès du public.

Son mérite est d'avoir été à l'origine de nombreuses révélations politiques, notamment les enrichissements illicites. Les caricatures des personnalités politiques sont parfois très osées.

Le "Politicien" entretient des relations privilégiées avec le "Canard enchaîné".

Ses ressources proviennent des ventes et de la publicité.

Il convient de noter que cette liberté d'esprit du "Politicien" a souvent servi d'alibi au gouvernement pour prouver l'existence d'une liberté de la presse au Sénégal.

Il est l'objet de critiques sévères, notamment celles provenant de "Dieuf" (Action) qui lui reproche son manque de sérieux.

A l'instar de tous ces petits journaux d'opinion, le "Politicien" est également confronté à des difficultés financières, c'est ce qui explique sa parution parfois irrégulière. Malgré tout l'expérience du "Politicien" est unique en son genre, ce qui lui donne un cachet spécial au niveau de la presse sénégalaise.



**"JAAY DOOLEBI" (Le Prolétaire)**

**Périodicité : Mensuel**

**Date de fondation : 1981**

**Adresse : Rue 27 x 28 Medina  
BP 12025 - DAKAR**

**Directeur de la publication : Amadou TOP**

**Prix : 350 F. CFA**

**Abonnement : 7 200 F. CFA**

**Tirage : 4 000 exemplaires**

---

**"LE POLITICIEN"**

**Périodicité : Mensuel**

**Date de fondation : 1979**

**Adresse : 15 rue Valmy x Escarfait  
BP 11018 DAKAR  
Tél. 21.43.24**

**Directeur de la publication : Mam Less DIA**

**Prix : 300 F. CFA**

**Abonnement : 15 000 F. CFA**

**Distribution : CADO-Presses**

## B 5 - "VERITE"

est un périodique fondé en 1981 par des membres de la Ligue démocratique / Mouvement pour le Parti du travail qui est un parti d'opposition à tendance marxiste-léniniste.

Il comprend 8 pages, et tire entre 3 000 et 4 000 exemplaires. Organe politique de formation et d'information, "Vérité" bénéficie d'une large clientèle au niveau des enseignants.

La première rubrique "La vie politique" fait un compte-rendu des réunions.

La deuxième rubrique "Vie sociale" donne une analyse détaillée des différentes manifestations sociales dans le monde ouvrier et paysan.

La troisième rubrique "Afrique" est consacrée à la critique de l'impérialisme occidental, notamment américain, en Afrique.

La quatrième rubrique "La vie internationale" est réservée à la présentation d'un pays socialiste.

C'est un périodique qui n'accepte pas la publicité.

## B 6 - "AFRIQUE MUSULMANE"

organe officiel de la Fédération des Associations Islamiques du Sénégal (F.A.I.S.), s'intéresse surtout à la culture et à la religion musulmane. En effet, le Sénégal est un pays qui compte 85 % de musulmans. C'est la raison pour laquelle les journaux à caractère religieux y occupent une place non négligeable.

La première page présente l'éditorial signé par le Secrétaire Général, Moustapha CISSE.

La première rubrique "Les questions des lecteurs", est destinée aux lecteurs qui désirent poser des questions dans le but d'améliorer leur connaissance de la religion musulmane.

Les autres rubriques sont des documents qui précisent la position du Coran vis à vis des problèmes quotidiens que rencontrent les fidèles. Ils se présentent sous forme de guide pratique.

**"VERITE"**

Périodicité : 1 fois tous les 2 mois

Date de fondation : 1981

Adresse : Liberté - BP 10221  
DAKAR

Directeur de la publication : Mbaba Guissé

Prix : 200 F. CFA

Société éditrice : Grande Imprimerie africaine

---

**"AFRIQUE MUSULMANE"**

Périodicité : Mensuel

Date de fondation : 1982

Adresse : Canal IV, Point E - BP 7141  
DAKAR

Prix : 250 F. CFA

Distribution : Agence de distribution de presse

---

**"AFRIQUE HISTOIRE"**

Périodicité : Trimestriel

Date de fondation : 1980

Adresse : Afrique Histoire - BP 5113  
DAKAR Fann

Directeur de la publication : Sékéne Mody Cissoko

Prix : 600 F. CFA

Abonnement : 3000 F. CFA

Distribution : Agence de distribution de presse

L'essentiel de ses ressources provient des cotisations des membres de la Fédération, des subventions accordées par les autorités locales, des ventes et de la publicité.

Les catholiques publient également un mensuel sous le nom de "Afrique nouvelle".

Malgré la présence de journaux à caractère religieux de toutes tendances, le Sénégal est un pays qui n'a jamais connu de conflit religieux ; chrétiens, musulmans et autres croyants ont toujours cohabité dans la tolérance et le respect mutuel.

#### B 7 - "AFRIQUE HISTOIRE"

est un magazine très spécialisé. Cette revue est fondée par la Société d'Histoire africaine. Elle est née après une prise de conscience des historiens africains d'écrire leur propre Histoire.

Les articles de cette revue se présentent sous forme de dossiers, signés par des professeurs d'université.

C'est la raison pour laquelle "Afrique Histoire" constitue un document indispensable pour les étudiants et les enseignants.

Cette revue de 66 pages se singularise par la qualité de ses documents photographiques et par le contenu de ses articles qui s'adressent surtout au public universitaire.

Au terme de cette analyse, on peut se demander quels sont les lecteurs de ces journaux ?

Contrairement à la France, le Sénégal ne dispose pas d'enquêtes précises permettant de bien connaître le public lisant. Actuellement, nous ne disposons que des statistiques de l'UNESCO qui sont

également lacunaires dans ce domaine, car elles ne précisent que le tirage et le nombre de journaux pour 1 000 habitants. (1). Ce chiffre montre l'insuffisance du tirage qui est loin de toucher toute la population. Mais cette insuffisance doit être soulignée avec une certaine réserve, car il existe une réalité spécifique à l'Afrique en général, et au Sénégal en particulier, qui est la pratique de la lecture collective. On peut dire que celui qui achète un journal au Sénégal, l'achète au moins pour 10 personnes.

Il convient de noter deux sortes de lecture collective : l'une se situant au niveau de la famille, et l'autre en dehors, dans les places publiques.

Au niveau de la famille, un lettré peut informer les autres membres de la famille sur le contenu du journal pendant les heures de repas.

Au niveau des places publiques, sous l'arbre à palabre, <sup>sur</sup> les lieux de jeux de dames, les gens se rencontrent en fonction des classes d'âge. Quelqu'un achète le journal, le lit, et le commente aux autres membres du groupe.

Cette pratique de la lecture collective est liée à la vie communautaire qui reste encore vivace au Sénégal, contrairement à la vie individuelle occidentale.

En somme ce sont deux types de civilisation qui s'opposent : une civilisation du "dedans" en Europe, et une civilisation du "dehors" en Afrique.

Il n'est pas exclu que le climat joue un rôle prépondérant dans le comportement de ces deux types de civilisation. Cependant, le moins que l'on puisse dire est que le lectorat sénégalais est essentiellement urbain. Le lectorat comprend un fort pourcentage de cadres moyens (professeurs de lycée, médecins, avocats, etc...), les cadres

(1) Annuaire statistique de l'UNESCO. 1981. p. 150.

supérieurs (hommes d'affaires, députés, ministres, etc...) et les ouvriers occupent un pourcentage faible.

Chez les agriculteurs, la lecture est presque nulle à cause de l'analphabétisme. Dans ce domaine il reste beaucoup à faire pour sortir le paysan de son sous-développement intellectuel.

Du point de vue de la répartition par sexe, les hommes lisent beaucoup plus que les femmes. Cette situation s'explique par des causes historiques, car pendant très longtemps on a considéré que la femme devait rester au foyer.

### III.3 - LA DISTRIBUTION

Nom : AGENCE DE DISTRIBUTION DE PRESSE

Date de création : 1943

Fondateurs : Charles de BRETEUIL et Pierre DOUILLET

Activité : Messagerie de presse, distribution en gros de librairie  
cartes postales

Statut juridique : Sénégal, Gambie, Mauritanie, Mali, Guinée Bissau,  
Iles du Cap-Vert

Direction : Patrick VERMERSCH

Siège : Km 2,5 - Route de Rufisque  
DAKAR

L'Agence de distribution de presse (A D P) a comme activités principales :

- . la distribution de la presse locale, française et étrangère,
- . la distribution en gros de livres et de cartes postales,

Dans le domaine de la presse, l'A.D.P. est le distributeur exclusif des deux quotidiens nationaux, le "Soleil" et "Takusaan", et de la presque totalité des titres édités localement.

La distribution est effectuée par les dépositaires de presse. Le dépositaire signe un contrat de dépôt qui le lie à l'A.D.P. après avoir versé une caution dont le montant doit être égal à la valeur d'un mois de fourniture.

Il existe trois catégories de dépositaires :

- . les dépositaires traditionnels,
- . les kiosques,
- . les crieurs.

### III.3.1 - Les dépositaires traditionnels

sont les librairies et les grands commerçants. Au niveau régional, le journal est présent dans ces points de vente. Ces dépositaires sont sédentaires, c'est le client qui se déplace pour acheter son journal. Leur clientèle se limite surtout aux habitants du quartier où la librairie s'installe.

Il existe 11 grandes librairies à Dakar.

Ces dépositaires traditionnels voient de plus en plus la concurrence des autres catégories de dépositaires qui présentent une plus grande souplesse dans la distribution.

### III.3.2 - Les kiosques

Ils se localisent dans la capitale, où l'on dénombre 500 points de vente.

L'initiative de la création des kiosques provient de l'A.D.P

En effet c'est l'agence qui installe le kiosque et le confie à un vendeur. Ces kiosques sont le plus souvent installés dans les endroits les plus fréquentés, notamment à côté des salles de cinéma et dans les gares.

### III.3.3 - Les crieurs

Ils constituent une catégorie particulière de vendeurs de

journaux. Leur originalité est surtout leur extrême mobilité. Ils se déplacent jusqu'à la direction de l'agence avec leur bicyclette, pour se procurer un lot de journaux.

La vente s'effectue partout, mais on les rencontre le plus souvent dans les bureaux, au niveau des feux réglant la circulation automobile. Ce qui est frappant chez les crieurs, c'est surtout l'aspect folklorique de la distribution.

Comment s'effectue le transport des journaux vers les villes de l'intérieur ?

#### III.3.4 - Les moyens de communication

Toutes les fournitures sont expédiées par les moyens de communication les plus rapides : taxi, train, poste, et éventuellement l'avion pour les régions les plus éloignées.

La route constitue la principale voie de communication. Le transport routier occupe 90 % des journaux.

Dans le but de desservir rapidement les villes de Rufisque, Bargny et Thiés, un taxi spécial se charge de déposer les journaux entre 8 h. et 9 h. du matin.

Les frais d'expédition sont à la charge de l'A.D.P.

#### III.3.5 - Répartition

L'observation de la carte de distribution des journaux permet de dégager trois grandes régions qui s'échelonnent d'Ouest en Est.

La première région qui s'étend sur un rayon d'action de 80 kilomètres est limitée à l'Est par la ville de Thiés. Elle constitue la région privilégiée située dans la zone d'influence de la capitale. Sa bonne situation géographique lui permet de recevoir le quoti-



dien au plus tard à 9 heures du matin.

La deuxième région s'étend sur un rayon d'action de 280 kilomètres. Elle est limitée au Nord par la ville de Saint-Louis. Les villes localisées dans cette région reçoivent le quotidien à 12 heures.

On constate d'ores et déjà un certain retard dans l'obtention du journal. Ce retard s'accroît au fur et à mesure qu'on pénètre vers l'Est du pays.

La troisième région qui est la plus défavorisée, s'étend sur un rayon d'action de 800 kilomètres. Elle reçoit le quotidien dans l'après-midi.

On voit bien que l'information devient presque périmée avant d'atteindre les villes éloignées du Sénégal.

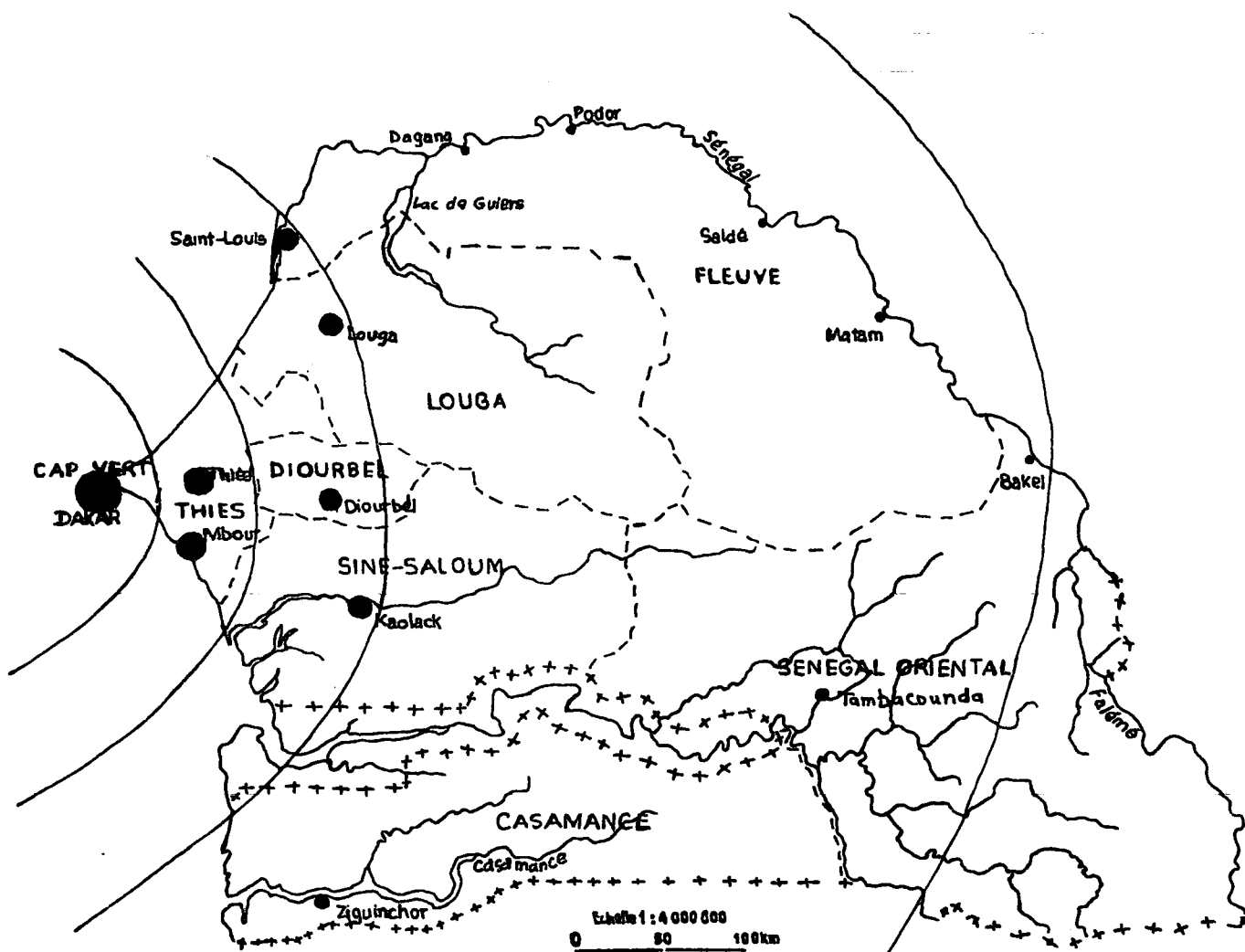
### III.3.6 - Les ventes

Elles s'effectuent de deux façons : par abonnement et par numéro.

- L'abonnement revient moins cher à l'A.D.P. que la vente par numéro. Cependant, il ne constitue pas une pratique habituelle des Sénégalais. Il occupe 15 à 20 % des ventes.

- La vente par numéro est très développée, car elle permet aux clients de faire un choix. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent cette formule à l'abonnement.

A la fin de chaque semaine, le dépositaire doit verser à l'A.D.P. l'argent provenant de la vente des journaux. Les invendus des régions du Cap-Vert et de Thiés doivent être retournés obligatoirement en entier à l'A.D.P. ; par contre pour ceux des régions de l'intérieur, en raison de leur éloignement, l'agence n'exige que les



- ) Rayon d'influence de distribution du quotidien.
- ) cours d'eau
- - - limite régionale
- + + + + Frontiere
- hiérarchie urbaine en fonction de l'heure d'arrivée du quotidien
- 8h à 9 heures
- Entre 9 heures et 10 heures
- Entre 10 heures et 12 heures
- Entre 12 heures et 16 heures

Fig. 1

CARTE DE DISTRIBUTION DU QUOTIDIEN LE SOLEIL

en-têtes.

Les catégories sociales qui s'occupent de la vente des journaux sont les toucouleurs et les peuls. Ces ethnies de paysans et d'éleveurs migrent vers la capitale à cause de la sécheresse qui sévit dans le Sahel, et se reconvertissent en marchands de journaux.

Il ressort de cette analyse que l'agence de distribution de presse détient le monopole dans la distribution de la presse, aussi bien locale qu'étrangère, au Sénégal.

#### III.4 - LA CONCENTRATION

Nous analysons le phénomène de la concentration de la presse d'un point de vue géographique.

La concentration de la presse qui se traduit par la fusion ou la disparition de certains titres ou la naissance de groupes de presse, à l'instar des groupes Hersant ou Hachette en France, n'existe pas au Sénégal. Cependant on peut parler d'une concentration zonale de la presse sénégalaise.

L'analyse des différents journaux montre qu'ils ont tous été édités à Dakar. En outre, nous avons observé que leurs sièges sociaux sont implantés au niveau de la capitale. Mises à part les publications officielles des Chambres de Commerce au niveau régional, plus de 95 % des journaux sénégalais sont localisés à Dakar. La quasi totalité des imprimeries, l'Ecole des journalistes, de même que tous les journalistes professionnels sont installés dans la capitale. Dakar apparaît comme un pôle d'attraction, une véritable macrocéphalie de la presse dans le Cap Vert au détriment de la presse régionale. Cette situation crée un déséquilibre entre la capitale et les villes de l'intérieur.

En 1947, J.P. Gravier, observant une situation anormale

en France, avait sorti un ouvrage intitulé "Paris et le désert français" Sa remarque reste actuellement valable pour le Sénégal. On pourrait parler de "Dakar et le désert sénégalais" en matière de presse. La conséquence immédiate de cette situation se manifeste par un dualisme très net entre une métropole sur-informée et des villes régionales sous-informées.

La conséquence à long terme est la concurrence entre les journaux qui peut se traduire par la disparition des petits journaux au profit des grands et l'apparition de groupes de presse.

Devant cette situation l'avenir des journaux d'opinion qui sont le plus souvent confrontés à des difficultés financières, semble incertain. C'est la raison pour laquelle les autorités compétentes doivent faire des efforts dans le sens d'une déconcentration des activités de presse.

## TROISIEME PARTIE

---

### CHAPITRE IV : LA PRESSE AUDIO-VISUELLE

---

Dans un pays comme le Sénégal où la majorité de la population est analphabète, la radio et la télévision constituent les moyens les plus efficaces pour diffuser l'information auprès du public.

Cette situation est favorisée par le fait que ces moyens modernes d'information s'apparentent davantage à la tradition orale.

#### IV.1 - LA PRESSE AUDIO-VISUELLE

Elle existe depuis l'époque coloniale. Cependant son développement très récent est lié avec l'avènement de la télévision.

##### IV.1.1 - La radio

Au Sénégal la radio comprend deux chaînes : la chaîne nationale et la chaîne-inter.

Selon les statistiques de l'Annuaire de l'UNESCO (1) en 1976 le nombre d'émetteurs s'élève à 4 dont 2 sont des émetteurs hectométriques et les deux autres décamétrique et métrique.

Le nombre de postes récepteurs en fonction est passé de 230 000 en 1965 à 300 000 en 1979 sur une population de 5 518 000 habitants, soit 55 postes récepteurs pour 1 000 habitants.

A ce chiffre officiel il convient d'ajouter les postes récepteurs introduits frauduleusement et qui échappent aux statistiques officielles. Cette pratique est fort courante au Sénégal si bien qu'on

(1) Annuaire de l'UNESCO. 1981. p. XI-23.

peut trouver un poste récepteur dans chaque famille. Cette situation est acceptable quand on sait que l'écoute est collective.

Les émissions diffèrent d'une chaîne à l'autre mis à part les journaux parlés qui se font en synchronisant les deux chaînes. Les journaux parlés s'effectuent en français, en anglais et dans les langues nationales (Wolof, Al Poular, Sérère). Le Wolof est parlé par 75 % de la population, c'est la raison pour laquelle le gouvernement essaye d'introduire son enseignement dans les écoles primaires puis dans le secondaire et enfin dans le supérieur.

La chaîne nationale présente des émissions à caractère social d'une grande importance. Les appels d'offre des grandes sociétés de même que les recrutements de travailleurs effectués par le Service de la main d'oeuvre, sont annoncés au niveau de cette chaîne. Elle se veut également une radio éducative en faveur du monde rural. Elle distrait aussi ses auditeurs en leur proposant des scènes de théâtre. C'est une chaîne qui est également au service de la religion car elle fait la transmission en direct des prières ou des chants religieux.

Le taux d'écoute de la chaîne nationale est en moyenne de 16 heures par jour.

Malgré tout elle présente des inconvénients.

Elle est l'objet de fréquentes interruptions dues à des pannes techniques. En outre elle couvre à peine l'ensemble du territoire national puisque au-delà de Saint-Louis les populations des villes comme Podor, Matam se plaignent de la faiblesse de sa fréquence. Leurs postes récepteurs captent mieux les radios de Mauritanie, du Mali, ou de la République de Guinée que la chaîne nationale.

Devant cette situation au moment où foisonnent toutes sortes de radios locales même dans les petites villes d'Europe, la nécessité d'avoir une radio neuve s'impose au niveau des autorités gouvernementales. Les autorités ont voulu remédier à cette situation en créant des stations régionales qui servent de relais. Cependant la situation est loin d'être satisfaisante.

La chaîne -Inter diffuse des émissions uniquement en français et en anglais. Elle s'adresse à un public bien défini, celui des intellectuels. La radio tire ses ressources des communiqués effectués

pour le compte de personnes privées et des entreprises de la place et surtout de la page nécrologique qu'on appelle "Tagué" en wolof. Mais le gros de ses recettes provient de la publicité que certains Sénégalais qualifient de tapageuse parce qu'elle entretient le culte de la personne.

Cependant quelles que soient les critiques adressées à son égard, la radio constitue actuellement le seul moyen de communication à contribuer à la démocratisation de l'information.

C'est le seul média qui peut se vanter de toucher toutes les catégories socio-professionnelles (ou classes) du pays.

On peut se demander si la télévision est venue palier les insuffisances de la radio.

#### IV.1.2 - La télévision

La télévision est de création très récente. Elle remonte vers les années 1970.

Dans un premier temps il n'y avait qu'un seul émetteur installé à Dakar. Devant l'accroissement de leur nombre et la faiblesse de cet unique émetteur, le gouvernement a pris la décision de créer un nouvel émetteur à Thiès vers les années 1980.

La télévision sénégalaise diffuse ses images non seulement dans tout le pays mais aussi en Gambie et en Mauritanie.

Il n'existe pas de presse spécialisée dans la télévision comme Télé 7 jours ou Télépoche en France. Cependant le "Soleil" présente chaque jour sur ses colonnes les grandes lignes du programme de la télévision.

C'est une télévision qui ne possède qu'une seule chaîne ce qui du reste limite le choix des téléspectateurs.

Les émissions sont présentées en français, en anglais et dans les langues nationales. Elles totalisent en moyenne 4 heures par jour. Cependant les jours fériés, (samedi, dimanche ou jour de fête), les téléspectateurs bénéficient d'un éventail de programme assez

large et d'un temps plus long.

Parmi les émissions les mieux suivies, on note :

- le journal télévisé,
- Télé-sports,
- Variétés musicales,
- pour les petits : Barba-papa.

L'assistance à la télévision tout comme l'écoute de la radio, s'effectue le plus souvent de façon collective. Il n'est pas rare de voir le salon d'une famille complètement rempli par des téléspectateurs venus de toute part, le transformant ainsi en véritable salle de cinéma.

Cette situation s'explique par le fait que la télévision n'a pas pénétré jusque dans les masses populaires. Actuellement elle est l'apanage des catégories socio-professionnelles privilégiées (cadre supérieur, cadre moyen, commerçants) qui habitent les villes.

Même si la télévision fait parfois une timide apparition dans les campagnes, dans l'état actuel des connaissances, elle constitue un phénomène essentiellement urbain.

C'est la raison pour laquelle du fait de son coût élevé, elle n'apparaît pas comme une nécessité pour le paysan sénégalais mais comme un objet de luxe. Cette constatation est vérifiée par les statistiques de l'Annuaire de l'UNESCO qui révèlent moins d'un téléviseur pour 1 000 habitants en 1978. (1).

Sur le plan de la réception des images provenant de l'extérieur, la télévision sénégalaise reste largement dépendante de celle de la France, notamment en ce qui concerne la retransmission en direct des rencontres internationales de football.

Il n'existe pas de publicité à la télévision et les propriétaires de cette dernière ne versent pas de redevance annuelle. Il semble qu'à partir de cette année, le gouvernement va exiger d'eux le paiement de la redevance.

(1) Annuaire de l'UNESCO. 1981. p. XI-29.



#### IV.1.3 - Le rôle de la presse audio-visuelle dans l'alphabétisation

---

Après l'indépendance, l'une des préoccupations majeures des autorités sénégalaises est la lutte contre l'analphabétisme qui représente un véritable frein pour le développement du pays.

Devant l'accroissement sans cesse du nombre des élèves et la nécessité d'alphabétiser les adultes illétrés, le gouvernement a compris que les méthodes traditionnelles d'enseignement incarnées par l'instituteur ne suffisent plus. C'est ainsi que la radio et la télévision ont été perçues comme étant les puissants moyens audio-visuels qui offrent des avantages particuliers au programme d'alphabétisation.

Dans un premier temps, il y a eu vers les années 1966 la radio scolaire. Cette méthode qui porte le nom de méthode CLAD (Centre Linguistique Appliqué de Dakar) se propose d'enseigner le français aux élèves des écoles primaires sénégalaises.

L'instituteur joue le rôle de coordinateur entre la radio et les élèves. Les émissions scolaires sont diffusées à travers tout le réseau national permettant ainsi à toute personne disposant d'un poste récepteur de recevoir un enseignement radio-diffusé.

Cependant malgré la bonne volonté des autorités la méthode CLAD a été un échec. Cet échec s'explique par :

- la réticence des anciens instituteurs vis à vis de cette nouvelle méthode,
- le manque d'enseignants spécialisés,
- l'insuffisance du matériel qui est parfois détourné à d'autres fins,
- manque de techniciens pour la réparation et l'entretien du matériel.

En 1981, la méthode CLAD est supprimée et elle est remplacée par une nouvelle méthode qui frise la méthode traditionnelle.

Parallèlement au CLAD, la Direction de l'alphabétisation a mis sur pied une émission télévisée en direction des adultes. C'est une émission éducative créée dans le cadre du projet pilote de l'UNESCO

pour l'utilisation des moyens audio-visuels dans l'éducation des adultes.

L'alphabétisation s'effectue dans trois langues : le Wolof, le Poular, et le Sérère.

Cette expérience a montré que l'impact de la télévision est considérable au niveau de l'alphabétisation fonctionnelle des adultes.

#### **IV.1.4 - Organisation et fonctionnement de la radio et de la télévision**

---

L'avènement de la télévision a engendré des modifications au sein de la radiodiffusion nationale. En effet la loi n° 73-51 du 4 décembre 1973 transformant la radiodiffusion nationale en Office de Radiodiffusion - Télévision du Sénégal (O.R.T.S.).

L'année suivante le décret n° 74-094 du 25 janvier 1974 fixe les règles d'organisation et de fonctionnement de l'ORTS.

La radiodiffusion-télévision du Sénégal est un établissement public à caractère administratif placé sous la tutelle du Ministère de l'Information. L'ORTS comprend trois organes :

- Le Conseil d'administration,
- Le Comité de direction,
- Le Directeur général.

**IV.1.4.1. Le Conseil d'administration** : Il est l'organe principal de l'ORTS et comprend un Président nommé sur proposition du Premier Ministre et d'un représentant de chaque ministère.

Ces membres sont nommés pour deux ans, renouvelables sans limitation. Le Conseil se réunit au moins une fois par an et les décisions sont prises à majorité simple des votants. Il délibère sur :

- les comptes prévisionnels et programmes annuels d'action,
- les bilans, comptes d'exploitation et rapports de gestion de fin d'exercice,

- les conventions avec l'Etat, ou avec un ou plusieurs établissements publics,
- les conventions, engagements ou transactions d'un montant supérieur à un million de francs,
- le règlement intérieur de l'établissement,
- l'acceptation des dons et legs grevés de charge,
- l'aliénation des biens immobiliers,
- l'aliénation des biens mobiliers non encore complètement amortis,
- l'octroi d'avals ou de garantie,
- les reports et virements de crédits entre comptes principaux,
- les déplacements d'agents ou l'organisation de stage à l'étranger,
- les décisions d'octroi d'indemnités de fonction aux agents de direction et de primes de rendement aux personnels.

**IV.1.4.2. Le Comité directeur** : Le Conseil d'administration peut déléguer dans l'intervalle de ses réunions, une partie de ses attributions au Comité directeur. Ce dernier peut recevoir délégation en matière de virement et de crédit.

Il est présidé par le Président du Conseil d'administration. Le représentant du Ministre de tutelle et celui du Ministre chargé des Finances en sont membres de droit.

Il se réunit trois fois par an, et rend compte de ses décisions au Conseil d'administration.

**IV.1.4.3. Le Directeur général** :

- Il anime, coordonne et contrôle l'activité de l'ensemble des services de l'office,
- Il signe tous les actes, marchés ou conventions engageant l'office,
- Il assure ou coordonne la représentation de l'office auprès des organismes internationaux,
- Il assure pour l'ensemble de l'office, les relations des différentes directions de l'office,
- Il est chargé de commercialiser, éventuellement, auprès des radiodiffusions ou télévisions susceptibles de contribuer au rayonnement du Sénégal à l'étranger ou à la diffusion de sa culture,

- Il est aidé dans ses fonctions par les directeurs de radio, de la télévision et celui des services techniques.

## IV.2 - TRADITION ORALE

Dans la société traditionnelle sénégalaise, avant l'introduction de l'écriture par les Arabes et les Français, la forme de communication la plus répandue est le verbe.

Toute l'histoire collective d'un groupe ethnique était transmise de génération en génération par voie orale, par les griots ou les vieillards chargés de maintenir la cohésion sociale.

### IV.2.1 - Les moyens de communication

Le verbe ou la parole conserve ses fonctions essentielles de communication entre les hommes. La parole est l'objet de règles et de soins particuliers qui en assurent le bon usage. Elle a une puissance considérable dans le bien et le mal. A cause de son effet maléfique, un proverbe wolof dit "La parole détruit l'arbre, à plus forte raison que l'homme".

La communication se fait parfois sous forme de proverbes et de devinettes. Ils permettent d'enseigner aux jeunes les éléments de la vie et de développer leur sens de l'observation. La tradition orale se manifeste aussi à travers les contes qui revêtent un caractère moralisateur et didactique. Il semble qu'il ait joué un rôle fondamental dans l'émigration des Africains vers la France comme a su le remarquer Ismala Amadou SOW (1) : "En Afrique au sud du Sahara, le conte est d'une manière générale un savant corpus de sagesse immémoriale émergeant de la nuit des temps. Il est transmis à chaque génération grâce à la veine poétique des conteurs, ceux-ci s'évertuent à chaque période mais aussi selon leur public, à trouver les formules les plus

(1) SOW (Amadou Ismala). - Actualité du conte en Afrique et en terre d'immigration. In: Ouidire, Bull. collectif des bibliothèques municipales de Grenoble, n° 3, février 1983, p. 25.

sûres pour capter l'attention des auditeurs et les amener petit à petit vers les sources antiques de la connaissance de la vie, cette perpétuelle aventure nécessairement vécue par toute personne qui existe.

Au fond de chaque Sahélien sommeille une image du voyageur heureux, instruit par les pays qu'il a vu, les personnes qu'il a rencontrées, et enrichi par la fortune qu'il a acquise. Cette image merveilleuse de la réussite a dû colorer pour plus d'un migrant sahélien le ciel gris de Paris en firmament étoilé".

#### IV.2.2 - Les détenteurs de la tradition orale

Au Sénégal comme dans toutes les sociétés africaines, le vieillard symbolise le savoir et l'expérience. Il est un véritable généraliste dans plusieurs domaines tels que la pharmacopée, l'élevage, l'agriculture, etc... et il transmet sa connaissance à ses fils et petits-fils.

A côté du vieillard, il existe les vrais dépositaires de la tradition orale : les griots.

Dans l'Afrique traditionnelle ils jouent le rôle d'éducateur et d'informateur. Ils représentent le journaliste au sens occidental du terme. Cependant au niveau du griot moderne, il se pose actuellement un problème de fiabilité, car la vérité historique est le plus souvent sacrifiée au profit de l'argent.

Cette situation révèle la question de la reconstitution de l'histoire du pays qui soulève un problème de méthodologie. C'est pourquoi Joseph KIZERBO écrit : "Le problème n'est donc pas de savoir si elle est valable à priori, ou bien si elle bénéficie ou non d'appuis extérieurs, mais quelle méthode adopter pour diagnostiquer les traditions et sélectionner en toute sécurité celles qui sont dignes de servir de sources pour l'Histoire". (1).

(1) KIZERBO (Joseph). - Histoire de l'Afrique. 1972, p. 17.

#### IV.2.3 - Les lieux de diffusion de l'information

Au Sénégal l'information est traditionnellement diffusée à partir des lieux de rencontre qui sont en général la mosquée, la place du marché, l'arbre à palabre ou la place de l'église.

Le rôle des places publiques dans la diffusion de l'information a été bien illustré par Albert REVOJERE (1) qui écrit : "qu'une rapide promenade au marché informe souvent davantage l'étranger qui peut parler la langue du pays sur l'état d'esprit d'une communauté villageoise ou urbaine que bien des entretiens dans les bureaux de la capitale. Lorsque les épouses de ministres ou de hauts fonctionnaires, de quelque pays que ce soit, cessent d'aller elles-mêmes au marché, elles se coupent rapidement d'un fil de communication qui me paraît l'un des plus importants de nos sociétés".

Cependant la plupart des informations qui circulent dans ces places publiques, sont des rumeurs, si bien qu'on parle au Sénégal de "radio cancan" ou "radioNdiogolor".

#### IV.2.4 - Rôle de l'audio-visuel dans la tradition orale

La radio et la télévision sont les supports les mieux adaptés pour véhiculer la tradition orale.

Le griot pourrait utiliser la radio ou la télévision pour transmettre son message. Ce sont des moyens qui se rapprochent beaucoup plus de la tradition orale que l'écriture. Et comme le fait remarquer Babacar SINE (2) : "la radio a fait depuis relativement bien longtemps son irruption dans la vie quotidienne de l'Africain, sans doute est-elle le médium le plus courant et le plus populaire du point de vue de son audience. Son développement si rapide et si ample est certainement dû au fait qu'elle représente une technologie de communication plus adaptée à l'oralité traditionnelle".

(1) In "La pauvreté, richesse des peuple", TEVOJERE (A.), p. 117.

(2) In "Impérialisme et théories sociologiques du développement" de Babacar SINE. 1975, p. 187.

Il s'agit donc d'adapter cette technologie occidentale qu'est l'audio-visuel dans la communication traditionnelle en tenant compte des diverses réalités locales.

La radio et la télévision utilisant les services des bandes magnétiques et des bandes vidéo, nous permettent de conserver la tradition orale dans toute son intégralité.

C'est la raison pour laquelle le Ministre de la Culture a entrepris un vaste programme d'enregistrement des voix de certains traditionnalistes qui sont de véritables bibliothèques vivantes.

## C O N C L U S I O N

---

L'ouverture démocratique marque un tournant décisif dans l'histoire de la presse sénégalaise. Elle a permis un développement sans précédent de cette dernière. Le Sénégal est aujourd'hui le pays africain qui renferme le plus grand nombre de journaux d'opinion. Cette situation prouve qu'il ne peut y avoir de développement de la presse en Afrique en général et au Sénégal en particulier, sans l'existence de la liberté de la presse.

La création de l'Ecole de journalisme, les émissions diffusées dans les langues nationales, l'alphabétisation à la télévision représentent des acquis non négligeables pour un pays sous-développé.

Cependant il reste beaucoup à faire et dans le cadre d'une politique de développement la presse sénégalaise nous proposons aux autorités compétentes :

- la création d'une chaîne nationale neuve, couvrant l'ensemble du territoire,
- la déconcentration de la presse écrite en direction des régions de l'intérieur,
- la pratique d'enquêtes régulières auprès du public afin de disposer de statistiques officielles récentes,
- l'octroi de moyens plus suffisants aux journalistes pour éviter la fuite des cadres,
- la mise en place d'une médiathèque au sein de l'ORTS pour la conservation de la tradition orale,
- d'encourager les hommes d'affaires à créer des radios libres ou



à tenter des expériences de presse gratuite,

- une coopération plus large avec les autres Etats africains en matière de presse dans le but de faciliter le transport et la diffusion de leurs journaux au Sénégal,
- une meilleure spécialisation des journalistes sénégalais,
- le renforcement du rôle de l'agence sénégalaise de presse afin qu'elle puisse disposer de correspondants sénégalais à l'étranger.

De nos jours, les pays occidentaux ont pris conscience de l'importance de l'audio-visuel si bien qu'on parle d'un retour vers l'oralité dans une société où l'écrit est considéré comme sacré.

Au Sénégal, l'audio-visuel est venu sauver la tradition orale qui se trouvait menacer de disparition devant l'écriture. La radio, les magnétophones sont apparus en pleine période de mutation sociale où l'on note d'un côté la société traditionnelle qui "agonise" et de l'autre côté la société de type occidental qui germe.

Cependant la communication traditionnelle prédomine dans un pays où la majorité de la population est analphabète. Actuellement on constate une baisse de la lecture chez les jeunes des écoles primaires et secondaires. Est-ce à cause de la télévision ?

Dans l'état actuel de la situation il est prématuré de répondre à la question car nous ne disposons pas de statistiques dans les domaines de la lecture et de la télévision au Sénégal. Le moins que l'on puisse dire est que ces nouveaux médias ont établi une jonction entre la tradition orale et l'écriture créant ainsi un effet de continuité.

Nous espérons que ce mémoire pourra être approfondi dans le cadre d'une thèse.

**A N N E X E S**

-----

## JOURNAUX QUOTIDIENS

---

Nombre				Tirage (en milliers)				Tirage pour 1 000 hts			
1965	1970	1978	1979	1965	1970	1978	1979	1965	1970	1978	1979
1	1	1	1	20	20	25	25	6	5	5	5

54

TABLEAU 1

Source : Annuaire de l'UNESCO. 1981, p. VIII-151.

TABLEAU 2

RADIO DIFFUSION SONORE

Source : Annuaire de l'UNESCO. 1981, p. XI-15.

Nombre de postes récepteurs en service et/ou de licences délivrées (en milliers)				Nombre de postes récepteurs en service et/ ou de licences délivrées (pour 1 000 hts)			
1965	1970	1978	1979	1965	1970	1978	1979
230	268	300	300	64	63	56	54

RADIODIFFUSION SONORE :

Nombre d'émetteurs

Puissance d'émission par bande de fréquence

56

1976	Propriété  Gouvernementale	O N D E S							
		Kilométriques		Hectométriques		Décamétriques		Métriques	
		Nombre	Puissance	Nombre	Puissance	Nombre	Puissance	Nombre	Puissance
		néant	néant	2	25	1	10	1	0

Source : Annuaire de l'UNESCO. 1981.

## TELEVISION

### Nombre d'émetteurs et puissance d'émission

1976	Propriété Gouverne- mentale	T O T A L		Ondes métriques		Ondes décamétriques	
		Nombre d'émetteurs	Puissance d'émission	Nombre d'émetteurs	Puissance d'émission	Nombre d'émetteurs	Puissance d'émission
		1	0	1	0	-	-

Tableau 4

Source : Annuaire de l'UNESCO. 1981. p. XI-23.

## TELEVISION

Nombre total de récepteurs  
et de récepteurs pour 1 000 habitants

Nombre de postes en service et/ou de licenciés délivrés (en milliers)				Nombre de postes récepteurs en service et/ou de licenciés délivrés pour 1 000 habitants			
1965	1970	1978	1979	1965	1970	1978	1979
-	-	1.2	1.5	-	-	0.1	0.1

Tableau 5

Source : Annuaire de l'UNESCO. 1981. p. 29.

**Exemple de programme TELEVISION**

**un jour ordinaire**

**Mercredi 4 août 1982**

18 h. 58	Début du programme
19 h 00	Flash d'information
19 h 05	Pour les petits : onze pour une coupe
19 h 30	Journal en anglais
10 h 40	Stop danger !
10 h 50	Documentaire : technologie "machines et industries adaptées"
20 h 05	1-2-3 Contact "Croissance et décomposition" 5e et dernier épisode
20 h 30	Journal télévisé en français
21 h 01	Télé-Sport
21 h 31	Nocturnes : une émission de Magib Sène
22 h 31	Journal du soir
22 h 46	Fin du programme



## Exemple de programme TELEVISION

Le Samedi 14 août 1982

15 h 28	Début du programme
15 h 30	L'Invité du samedi
16 h 15	Film : la manipulation
17 h 55	Documentaire : les animaux et leur survie "Le Bac de Mikra Prespa"
18 h 35	Portrait d'une ville musicale : Beethoven et Bonn
19 h 02	Flash d'information
19 h 05	Pour les petits : Barba-papa
19 h 10	Activité physique d'entretien
19 h 30	Journal en anglais
19 h 40	Pop in Germany
20 h 06	Art et culture : une émission de Amadou Pall
20 h 30	Journal télévisé en français
21 h 01	Variétés
22 h 31	Journal du soir
22 h 46	Fin du programme

## LES ABREVIATIONS

---

A D P	Agence de distribution de presse
A O F	Afrique occidentale française
C E S T I	Centre d'étude des sciences et techniques de l'information
F A I S	Fédération des associations islamiques du Sénégal
J D B	Jaay Doole Bi
M R D N	Mouvement révolutionnaire pour la démocratie nouvelle
O R T S	Office de radiodiffusion télévision du Sénégal
S F I O	Section française de l'internationale ouvrière
UNESCO	Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture

## BIBLIOGRAPHIE

=====

- 1 - ALBERT (Pierre). - La Presse. - Paris : Presses universitaires de France, 1973.
- 2 - CALVET (Henri). - La Presse contemporaine. - Paris : F. Nathan, 1958.
- 3 - CAYROL (Roland). - La Presse écrite et audiovisuelle. - Paris : Presses universitaires de France, 1973.
- 4 - DENOYER (Pierre). - La Presse dans le monde. - Paris : Presses universitaires de France, 1950.
- 5 - GIRARD (Alain). - L'Opinion publique et la presse. - Paris : Institut d'études politiques, 1959.
- 6 - HERZHAFT (Gérard). - La presse française contemporaine. - Villeurbanne : ENSB, 1979.
- 7 - La Presse en Afrique. In : Revue française d'études africaines, n° 96, décembre 1973.
- 8 - SERVAN-SCHREIBER (Jean-Louis). - Le Pouvoir d'informer. - Paris : R. Laffont, 1972.
- 9 - UNESCO. - L'Information à travers le monde : presse, radio, télévision, film. - Paris : UNESCO, 1966.
- 10 - VOYENNE (Bernard). - La Presse dans la société contemporaine. - Paris : A. Colin, 1973.

## TABLE DES MATIERES

=====

INTRODUCTION	p. 1
 <u>PREMIERE PARTIE</u>	
Chapitre I	
Historique de la presse	p. 5
1.1 La première période : 1844-1914	p. 5
1.2 La deuxième période : 1918-1939	p. 7
1.3 La troisième période : 1939-1960	p. 7
 Chapitre II	
Formation et statut des journalistes	p. 8
2.1 Le CESTI	p. 9
2.2 Statut des journalistes	p. 11
2.3 Fonctions de la presse	p. 12
 <u>DEUXIEME PARTIE</u>	
Chapitre III	
La Presse écrite	p. 15
3.1 Naissance de la presse nationale	p. 15
3.2 L'analyse des revues	p. 17
3.2.1. La presse quotidienne	p. 17
3.2.2 Les périodiques	p. 23
3.3 La distribution	p. 35
3.3.1 Les dépositaires traditionnels	p. 36
3.3.2 Les kiosques	p. 36
3.3.3 Les crieurs	p. 36
3.3.4 Les moyens de communication	p. 37
3.3.5 Répartition	p. 37
3.3.6 Les Ventes	p. 37
3.4 La concentration	p. 39
 <u>TROISIEME PARTIE</u>	
Chapitre IV	
La Presse audio-visuelle	p. 41
4.1 La presse audio-visuelle	p. 41
4.1.1 La radio	p. 41
4.1.2 La télévision	p. 43
4.1.3 Le rôle de la presse audio-visuelle dans l'alphabétisation	p. 45
4.1.4 Organisation et fonctionnement de la radio et de la télévision	p. 46
4.1.4.1 - Le conseil d'administration	p. 46
4.1.4.2 - Le comité directeur	p. 46
4.1.4.3 - Le directeur général	p. 46

4.2	Tradition orale	p. 48
4.2.1	Les moyens de communication	p. 48
4.2.2	Les détenteurs de la tradition orale	p. 49
4.2.3	Les lieux de diffusion de l'information	p. 50
4.2.4	Le rôle de l'audio-visuel dans la tradition orale	p. 50
CONCLUSION		p. 52
Liste des tableaux		p. 54
Exemples de programme de télévision		p. 59
Abréviations		p. 61
Bibliographie		p. 62
Table des matières		p. 63
Index		p. 65

## INDEX

=====

Afrique, 10, 34  
Afrique histoire, 32  
Afrique musulmane, 31  
Agence de distribution de presse, 35  
Agence française de presse, 16  
Agence sénégalaise de presse, 16  
Alphabétisation, 45  
ANGRAND (A.), 7  
Bibliothèques, 51  
BOULEGUE (M.), 6  
Bulletin administratif, 5  
Canard enchaîné, 29  
Cap Vert, 38  
CARPOT (F.), 6  
Caxaan faxee, 25, 27  
Clarté, 7  
Commune, 2  
Coran, 31  
CRESPIN (JF.), 5  
Dakar, 1, 29  
Dakar jeune, 8  
Dakar magazine, 8  
DIA (ML), 29  
DIAGNE (B), 7  
DIEUF, 16, 26  
DIOUF (A.), 2, 16  
DIOUF (B.), 15

Gambie, 24  
GASCONI (A.), 5  
GIRARD (L.), 7  
Guinée Conakry, 24  
Hachette, 39  
Hersant, 39  
Jaaydolle bi, 16, 28  
Journaliste, 3, 9, 12, 15  
KIZERBO (J.), 49  
Libération, 25  
Mali, 24  
MARSAT (F.), 6  
Mauritanie, 24  
Monde, 14  
Monde diplomatique, 14  
Moniteur sénégalais, 5  
Petit sénégalais, 5  
Presse audio-visuelle, 3, 41  
Presse écrite, 15  
Réveil du Sénégal, 5  
SABOURAULT (P.), 6  
Saint-Louis, 5, 16, 38  
Sierra Leone, 24  
Sirène sénégalaise, 8  
Télévision, 43  
Thiès, 37  
Tradition orale, 3, 48  
Vérité, 31

