

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR



**ÉCOLE DOCTORALE « SCIENCES JURIDIQUES, POLITIQUES, ECONOMIQUES
ET DE GESTION »**



FACULTE DES SCIENCES JURIDIQUES ET POLITIQUES

Année : 2023

N° d'ordre 000655

THESE DE DOCTORAT

Formation Doctorale : Institutions, Gouvernance Démocratique et Politiques Publiques

Présentée par : Abdoulaye NDIAYE

TITRE :

La communication politique au Sénégal

Président : Monsieur Ibrahima LY, Professeur Titulaire de droit public et de sciences politiques

Rapporteurs :

Monsieur Abdou Rahmane THIAM, Maitre de conférences agrégé

Monsieur Boubacar BA, Maitre de conférences agrégé

Monsieur Papa Samba NDIAYE, Maitre de conférences agrégé

Directeur de thèse : Monsieur Alioune Badara DIOP, Maitre de conférences agrégé

DEDICACE

À la mémoire de mon père, Birahime Mamour Ndary Ndiaye,

Ton amour, ton soutien et tes sacrifices m'ont toujours inspiré à donner le meilleur de moi-même. Ton absence laisse un vide immense, mais ta présence continue de guider mes pas et mes aspirations. Que cette thèse soit un humble hommage à ta mémoire et à tout ce que tu as fait pour moi.

Avec toute ma gratitude et mon amour éternel.

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma plus profonde gratitude envers ceux qui ont été les piliers de mon parcours et qui m'ont soutenu tout au long de cette aventure académique.

*À ma mère, **Yaye Rokhaya DIOP**, Votre amour inconditionnel, votre sagesse et vos encouragements constants ont été une source inépuisable de motivation. Vous avez toujours cru en moi, même dans les moments les plus difficiles. Merci pour votre patience et votre soutien indéfectible. Vous êtes et resterez mon premier modèle et ma plus grande inspiration.*

*À ma femme, **Anna Badji**, Ta compréhension, ton amour et ton soutien infailible ont rendu possible la réalisation de ce travail. Ton encouragement et ta foi en mes capacités m'ont aidé à surmonter chaque obstacle. Merci de m'avoir accompagné avec tant de dévouement et de m'avoir donné la force de persévérer. Tu es mon partenaire, mon confident et mon refuge.*

*À mes enfants, **Rokhaya, Arame, Salio, Birahime Ndary et Awa Clotilde**, Votre joie de vivre et votre curiosité m'ont constamment rappelé l'importance de l'apprentissage et de l'émerveillement. Merci pour votre patience durant mes longues heures de travail et pour vos sourires qui illuminent mes journées. Vous êtes la raison pour laquelle je m'efforce toujours de devenir une meilleure personne et de viser l'excellence.*

À vous tous, je dédie cette thèse. Vos sacrifices, votre amour et votre soutien inconditionnel ont rendu possible cette réussite. Que ce travail soit le reflet de votre confiance en moi et un témoignage de ma gratitude éternelle.

RESUME

Les principaux thèmes étudiés dans le cadre de cette thèse peuvent être résumés en ces quelques points :

Légitimation du pouvoir : La communication politique est utilisée comme un moyen de légitimer le pouvoir. Les politiciens et les partis politiques déploient des techniques de communication pour renforcer leur position et gagner la confiance du public.

Médiatisation de la vie politique : La médiatisation joue un rôle crucial dans la vie politique sénégalaise. Les médias influencent l'opinion publique et façonnent la perception des événements politiques.

Marketing politique et sondages d'opinion : Le marketing politique, y compris les sondages d'opinion, est utilisé pour évaluer les tendances et adapter les stratégies de communication. Cela permet aux politiciens de mieux cibler leurs messages.

Réseaux sociaux et communication politique : Les réseaux sociaux ont un impact croissant sur la communication politique. Ils permettent une interaction directe avec les électeurs et peuvent amplifier ou déformer les messages politiques.

Rapports entre médias et pouvoirs politiques : La deuxième partie de la thèse examine les relations entre les médias et les pouvoirs politiques lors des alternances de régime. Elle met en lumière les tensions et les enjeux liés à la couverture médiatique.

Leviers institutionnels, socio-culturels et religieux : La communication politique est influencée par des facteurs institutionnels, socio-culturels et religieux. Comprendre ces leviers permet de mieux appréhender les dynamiques politiques au Sénégal.

En somme, cette thèse offre une analyse approfondie des pratiques et des enjeux de la communication politique sénégalaise. Elle soulève des questions importantes sur la manière dont le pouvoir est exercé et perçu dans ce contexte spécifiquement sénégalais

LISTE DES ABREVIATIONS

AFSP.....	Association Française de Science Politique
AMARC...	Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires
AOF.....	Afrique Occidentale Française
APES.....	Association de la presse étrangère au Sénégal
APPEL.....	Association des Éditeurs et Professionnels de la Presse en Ligne
APR.....	Alliance Pour la République
APS.....	Agence de Presse Sénégalaise
ARTP.....	Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes
BAO.....	Banque de l’Afrique Occidentale
CCP.....	Conseil Consultatif des Programmes
CENA.....	Commission Électorale Nationale Autonome
CESPPP.....	Commission d’évaluation et de suivi des politiques et programmes publics
CESTI.....	Centre d’Etudes des Sciences et Techniques de l’Information
CNCR.....	Conseil National de Coordination et de Concertation des Ruraux
CNGE.....	Comité National de Gestion des Épidémies
CNN.....	Comité National pour le passage de l’audiovisuel analogique au Numérique
CNRS.....	Centre National de la Recherche Scientifique
CNTS/FC...	Confédération Nationale des Travailleurs du Sénégal/Force du Changement
CNTS.....	Confédération Nationale des Travailleurs du Sénégal
CONGAD...	Conseil des Organisations Non Gouvernementales d’Appui au Développement
CONTAN...	Comité de Pilotage de la Transition de l’Analogique vers le Numérique
CORED.....	Conseil pour l’observation des règles d’éthique et de déontologie dans les médias
COSAPAD...	Comité de Soutien à l’Action du Président Abdou Diouf
COSEF.....	Conseil Sénégalais des Femmes
CREI.....	Cour de Répression de l’Enrichissement Illicite
CSA.....	Confédération des Syndicats autonomes
DER/FJ.....	Délégation générale à l’Entrepreneuriat Rapide des Femmes et des Jeunes
FADP.....	Fonds d’Appui et de Développement de la presse
FIDH.....	Fédération Internationale des Ligues des Droits de l’Homme

FIJ.....Fédération Internationale des Journalistes
HCDS.....Haut Conseil du Dialogue Social
LDM PT.....Ligue démocratique/Mouvement pour le parti du travail
LSDH.....Ligue sénégalaise des droits humains
M2D.....Mouvement de défense de la démocratie
MFDC.....Mouvement des forces démocratiques de la Casamance
MSAS.....Ministère de la Santé et de l'Action Sociale
OCI.....Organisation de la coopération islamique
OFNAC.....Office National de Lutte contre la Fraude et la Corruption
ONEL.....Observatoire National des Elections
OSC.....Organisation de la Société Civile
PDS.....Parti Démocratique Sénégalais
PIT.....Parti de l'Indépendance et du Travail
PLD.....Parti des Libéraux et Démocrates
PS.....Parti Socialiste
RADDHO.....Rencontre Africaine pour la Défense des Droits de l'Homme
RND.....Le Rassemblement national démocratique
RNFRS.....Réseau national des femmes rurales au Sénégal
RSF.....Reporters Sans Frontières
SFIO.....Section française de l'Internationale ouvrière
SIC.....Science de l'information et de la Communication
SNPP.....Société Nationale de Presse et de Publication
SSPP.....Société Sénégalaise de Presse et de Publication
SYNPICS.....Syndicat des Professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal
TDS.....Société de Télédiffusion du Sénégal
UFR.....Unité de Formation et de Recherche
UIT.....Union Internationale des Télécommunications
UJAO.....Union des Journalistes de l'Afrique de l'Ouest
UPS.....Union progressiste sénégalaise
URAC.....Union des Radios Communautaires du Sénégal

SOMMAIRE

LISTE DES ABREVIATIONS.....	v
SOMMAIRE	vii
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : TECHNIQUES ET PRATIQUES.....	28
TITRE I : LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.....	28
CHAPITRE I : LA COMMUNICATION, MOYEN DE LEGITIMATION DU POUVOIR POLITIQUE.	29
CHAPITRE II : LA MEDIATISATION DE LA VIE POLITIQUE AU SENEGAL (1856 A 2000).....	69
CHAPITRE III : MARKETING POLITIQUE ET SONDAGES D’OPINION, PUBLICITE POLITIQUE ET PROPAGANDE.....	95
CHAPITRE IV : LES RESEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION POLITIQUE.....	123
TITRE II : LES PRATIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.	145
CHAPITRE I : LA COMMUNICATION POLITIQUE ET L’EXERCICE DU POUVOIR. ...	146
CHAPITRE III : LA PARTICIPATION ET L’EXPRESSION POLITIQUE AU SENEGAL.	168
DEUXIEME PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : RECETTE D’UNE DEMOCRATIE AFRICAINE.....	183
TITRE I : LES MEDIAS A L’EPREUVE DES POUVOIRS DE L’ALTERNANCE	183
CHAPITRE I : LES RAPPORTS ENTRE POUVOIR POLITIQUE ET MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT ABDOULAYE WADE.....	185
CHAPITRE II : LES MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT MACKY SALL.	213
TITRE II : LES RESSORTS INSTITUTIONNELS, SOCIOCULTURELS ET RELIGIEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.	236
CHAPITRE I : LES LEVIERS INSTITUTIONNELS ET SOCIOCULTURELS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.....	237
CHAPITRE II : LE POUVOIR RELIGIEUX, ACTEUR DE PREMIER PLAN DANS LE PROCESSUS POLITIQUE AU SENEGAL.	265
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	289
BIBLIOGRAPHIE	297
WEBOGRAPHIE.....	303
TABLE DES MATIERES	305
ANNEXES	1

INTRODUCTION

La communication politique est un concept très en vogue dans le monde de l'information et de la communication, mais aussi dans celui de la politique. Elle renvoie de prime abord à la communication du politique et/ou de la politique, tant les deux mots qui la composent sont expressifs. Mais le concept de communication politique ne saurait se satisfaire d'une appréciation aussi vague que simpliste. Il est en réalité multidimensionnel, touchant à un nombre important de disciplines scientifiques. C'est ce qui a motivé notre choix de l'étudier dans le cadre de cette thèse en l'orientant spécifiquement vers le Sénégal comme cas pratique.

A/ Contexte

Au lendemain des indépendances, la quasi-totalité des pays africains étaient sous le joug de régimes autoritaires caractérisés par un monopartisme ou la domination d'un parti-Etat et une restriction des libertés individuelles et collectives. Le paysage médiatique était essentiellement composé des médias d'Etat (radiodiffusion et télévision nationales, et quotidiens nationaux).

Dans le Sénégal indépendant le monopartisme a prévalu jusqu' en 1974, année de la création du Parti Démocratique Sénégalais (parti de contribution) par Me Abdoulaye Wade. Cependant, le multipartisme intégral ne va entrer dans les mœurs politiques qu'en 1981 avec l'accession d'Abdou Diouf à la magistrature suprême.

La fin du XXe siècle constitue une période charnière dans le processus de démocratisation des pays du Sud. Lors sommet de la Baule¹ tenu le 10 juin 1990 par le Président Français, François Mitterrand consacra la démocratisation des pays pauvres comme une condition à l'accès à une plus grande aide des pays riches. Il déclare : « *la France liera tout son effort de contribution aux efforts qui seront accomplis pour aller vers plus de liberté ; Il y aura une aide normale de la France à l'égard des pays africains, mais il est évident que cette aide sera plus tiède envers ceux qui se comporteraient de façon autoritaire, et plus enthousiaste envers ceux qui franchiront, avec courage, ce pas vers la démocratisation...* ». Les autres pays européens vont emboîter le pas à la France, faisant du multipartisme effectif la condition sine qua non à tous soutiens économiques substantiels.

¹ Le 20 juin 1990, à La Baule, station balnéaire de la côte bretonne, le président François Mitterrand réunit les chefs d'Etat africains et les invite à développer la démocratie dans leur pays à l'image des Européens de l'Est qui viennent de s'affranchir de la tutelle communiste.

Ainsi, la marche vers le pluralisme médiatique au Sénégal s'est faite de façon progressive.

Au lendemain des indépendances, le Président L. S. Senghor dans le souci de maintenir la stabilité politique et sociale de la jeune République Sénégalaise, surtout après la crise du 17 décembre 1962², a opté pour une interdiction systématique des médias privés. Le pluralisme médiatique redeviendra une réalité au Sénégal avec l'arrivée d'Abdou Diouf à la Présidence de la République.

Ainsi, nous pouvons affirmer sans risque de nous tromper que Diouf restera dans l'histoire politique du Sénégal comme le chantre du multipartisme politique et du pluralisme médiatique. Toutefois, Moustapha Sow dans sa thèse de doctorat sur les rapports entre les médias et le pouvoir politique au Sénégal ³ nous apprend que l'immixtion des médias dans le jeu politique sénégalais date de l'époque coloniale. Les luttes politiques consécutives à la création des municipalités de Saint Louis, Gorée, Dakar et Rufisque, et à l'organisation d'élections des conseillers généraux en 1879⁴ ont conduit à la création de plusieurs organes de presse. Le tandem communication et politique est observable bien avant l'accession du Sénégal à la souveraineté internationale. Les querelles de pouvoir peuvent prendre des formes et des tournures très différentes, tous les moyens sont bons pour accéder au pouvoir, influencer le gouvernement ou forcer l'Etat à aller dans un sens ou dans un autre. Dans cette arène, où pouvoir, opposition, et groupements apolitiques se livrent à une lutte sans merci, la communication se présente d'une part comme un moyen d'arriver à ses fins et d'autre part comme un outil de veille et d'arbitre du jeu politique. Nous pouvons lire dans le lexique de science politique, vie et institutions politiques : « *on peut considérer que l'activité politique est par définition une activité de communication politique* ». ⁵ J. Gerstle, abondant dans le même sens, écrit dans son ouvrage *la communication politique* que : « *la communication et la politique sont consubstantielles* » ⁶. La communication politique est donc devenue une réalité sur le territoire sénégalais depuis la fin du XIXe siècle et peut être, bien avant même.

² La crise politique de décembre 1962 a opposé le président du Conseil Mamadou Dia, ainsi que quatre ministres de son gouvernement, au président de la République Léopold Sédar Senghor.

³ Médias et pouvoirs politiques au Sénégal : étude de la transition d'une presse d'État vers un pluralisme médiatique Moustapha Sow

⁴ L'article 1er du décret du 4 février 1879, modifié légèrement le 5 mars de la même année, institue à nouveau, dans la colonie du Sénégal, un Conseil général.

⁵ Olivier Nay, lexique de science politique, vie et institutions politiques, DALLOZ, 2017

⁶ GERSTLE, Jacques, La communication politique, PUF, 1993, p 127

B/ Définition des termes.

La communication politique apparaît de prime abord comme une notion facile à définir. L'association des deux termes qui la composent donne une définition assez simple : *la communication en politique*. Mais la polysémie qui entoure les mots communication et politique nous incite à approfondir notre effort de définition. Pour ce faire, nous nous proposons de définir d'abord ces deux notions séparément avant de procéder à une définition générale du concept de communication politique.

Le terme communication est apparu dans la littérature scientifique au début du XXe siècle. Étymologiquement, la communication vient du mot latin *communicare* qui renvoie principalement à deux significations : partager et transmettre ou être en relation avec quelqu'un ou quelque chose. Dans le lexique de science politique, vie et institutions politiques, le terme communication est défini à partir de deux postulats :

Au sens restreint, la communication renvoie à une transmission et une circulation d'une ou de plusieurs informations entre un émetteur et un récepteur.

Harold Dwight Lasswell⁷ analyse cette perspective fonctionnaliste de la communication en cinq questions : « *qui, dit quoi, par quels canaux, à qui et avec quel effet* ».

Au sens général, la communication peut être comprise comme l'ensemble des échanges d'idées et de représentations contribuant à la construction et à la reproduction d'un monde social : l'essentiel est moins le message à transmettre que le processus conduisant à faire exister les structures sociales.

Ces deux niveaux d'analyse sont retrouvés également dans la pensée Dominique Wolton⁸. Dans son ouvrage *Penser la communication*, le sociologue français natif de Douala, chercheur, auteur, analyse le concept de communication sous deux aspects : l'aspect normatif et l'aspect fonctionnel.

La communication normative pourrait se comprendre comme l'ensemble des interactions entre les individus dont le but est la pacification des rapports et la compréhension mutuelle. En revanche, la communication fonctionnelle est une communication directement utile. Cette forme de communication renvoie à la communication technique et à la communication

⁷ Harold Dwight Lasswell (né le 13 février 1902 et mort le 18 décembre 1978) est un chercheur américain, pionnier de l'étude de la communication de masse et de la science politique.

⁸ Directeur de la Revue Hermès CNRS et Président du CEP Conseil de l'Éthique Publicitaire, auteur de *Vive l'incommunication*, *La victoire de l'Europe* :

sociale. Toutefois, l'auteur précise que ces deux formes sont complémentaires et se retrouvent à tous les niveaux de la communication.

La communication est le fondement de la vie sociale, elle est le socle sur lequel reposent toutes les formes d'organisation sociale, de la Cité à l'Etat. Charles Horton Cooley (sociologue américain 1864-1929) définit la communication comme le mécanisme par lequel l'existence et le développement des relations humaines deviennent possibles.

La communication est présente dans toutes les sphères de la société. Dans ces conditions, il est admis que la politique n'échappe pas à la règle. Mais qu'est-ce que la politique ?

La difficulté de définition du mot politique tient à la fois de sa polysémie et de son androgynisme. L'androgynie fait que le terme politique peut être utilisé au masculin et au féminin, alors que sa polysémie renvoie à une multitude de sens.

L'enseignant en science politique à l'Université Gaston Berger, le professeur Ibrahima Silla, dans son ouvrage *introduction à la science politique* donne une définition très détaillée de la notion de politique. Selon lui, : « *Le masculin, donc le politique, renvoie à la dimension la plus noble du politique : l'art de gouverner la cité et d'organiser le vivre ensemble* »⁹. On parlera ainsi du politique comme espace social de régulation du pouvoir, du politique comme moyen de neutralisation de la violence, et en enfin du politique comme garant de l'ordre politique et de la pacification des mœurs¹⁰. Le féminin du mot, donc la politique « *...est perçue comme un espace de conflits et de combats né de la volonté de conquérir et d'exercer le pouvoir ; un espace de divisions, un lieu de manœuvres, de ruses et de tactiques, qui explique en partie son image dévalorisée* »¹¹. Toutefois, l'enseignant s'empresse de préciser : « *Mais en réalité, la politique, c'est une organisation publique de la société reposant sur des principes de justice* ». Et comme pour faire l'économie de cette androgynie du mot politique, l'auteur se fait l'écho de Régis Debray : « *Il faut distinguer entre la politique qui désigne la compétition, à l'intérieur d'une enceinte déjà constituée, entre classes, clans, et individus pour l'occupation ou le maintien au pouvoir, et le politique, par quoi s'entend l'organisation des collectivités humaines...* »¹²

Du fait de sa polysémie, le mot politique renvoie à plusieurs significations à la fois : la lutte pour la conquête et l'exercice du pouvoir ; un ensemble de mesures ou d'options prises par l'Etat dans les domaines qui relèvent de son autorité (politique agricole, industrielles, etc.) ;

⁹ Ibrahima Silla, *Introduction à la science politique*, l'Harmattan, 2020

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem

¹² Ibidem.

une architecture institutionnelle à l'intérieur de laquelle interagissent les principaux acteurs du pouvoir et de l'opposition (régime politique).

La définition de la politique est tout aussi problématique dans nos langues africaines. Dans la langue Wolof¹³, il n'existe pas une définition suffisante et satisfaisante pour faire l'unanimité chez les linguistes. Le Pr Silla tente malgré tout de définir la politique en ces termes : « *mbolème pékhé bounou yeukhati guiir dokhaline nou rew mi* »¹⁴. Traduction en français : l'ensemble des stratégies mobilisées pour la conduite des affaires publiques.

Max Weber définit la politique en ces termes : « *l'ensemble des efforts que l'on fait en vue de participer au pouvoir ou d'influer sur la répartition du pouvoir, soit entre les Etats, soit entre divers groupes à l'intérieur d'un même Etat* ». En d'autres termes, elle renvoie à la pratique du pouvoir, aux luttes de pouvoir et de représentativité entre des hommes et femmes de pouvoir, et aux différents partis politiques ou mouvements sociaux auxquels ils peuvent appartenir, tout comme à la gestion de ce même pouvoir.

Jacques Gerstle écrit dans son ouvrage, *la communication politique*, que la politique se nourrit d'enjeux économiques, culturels, sociaux, etc. Toujours selon lui, l'activité politique concerne donc l'émergence des problèmes collectifs, la révélation des demandes adressées aux autorités publiques, l'élaboration de projets de solution, le conflit entre ces projets et son mode de règlement. L'auteur précise ensuite que dans chacun de ces processus se trouve impliquée la communication et sa contribution à l'activité politique est omniprésente. Nous pouvons ainsi conclure que la politique, quel que soit le sens qu'on lui donne, ne peut se faire sans la communication. La communication et la politique constituent deux pieds sur lesquels s'appuient les sociétés humaines pour aller de l'avant. Au regard des liens intrinsèques qui existent entre la communication et la politique, il nous paraît légitime de nous arrêter sur le concept de *communication politique* pour tenter de le définir.

Qu'est-ce que donc la communication politique ?

L'étude de la communication politique a des racines profondes, les recherches fondatrices de ce concept ont porté sur la propagande après la première guerre mondiale. Les premiers travaux ainsi que le terme *communication politique* sont apparus à la fin des années 1940 et au début des années 1950.

Il est important d'emblée de préciser que la communication politique, à l'instar de beaucoup de disciplines des sciences sociales et humaines ne connaît pas encore une définition fixe faisant l'unanimité au sein de la communauté scientifique. La variabilité conceptuelle des

¹³ Langue véhiculaire entre les ethnies du Sénégal, de la Gambie et de la Mauritanie.

¹⁴ Ibrahima Silla, op.cit.

termes communication et politique rend possible plusieurs combinaisons et manœuvres sémantiques.

La fin du XX siècle et le début du XXI siècle sont marqués par un développement fulgurant des technologies de l'information et de la communication, communément appelées les Nouvelles Technologies de L'Information et de la Communication(NTIC). Ces NTIC ont apporté de profonds bouleversements dans les domaines de la culture, de l'industrie, du sport, du commerce, de l'agriculture etc. La politique évidemment n'a pu se soustraire à ces mutations. L'irruption des NTIC dans le champ politique a fondamentalement changé la façon de faire de la politique. L'émergence de métiers tels que le marketing politique, le sondage et les relations publiques, la production et la diffusion à outrance de messages politiques via les médias traditionnels (radio et télévision) et via les réseaux sociaux ont contribué à créer un domaine de compétence nouveau dans l'espace politique facilement assimilable à la communication politique. La communication politique serait donc pour certains, un ensemble de stratégies communicationnelles modernes pour mettre en scène les acteurs politiques afin de leur permettre de récolter et de conserver des voix. Cette conception de la communication politique ne rencontre point l'assentiment de J Gerstlé qui écrit dans son ouvrage précédemment cité : « *S'il n'est pas douteux que de telles formes de communication existent, leur prétention à épuiser la question doit être contestée* »¹⁵. Il part en guerre contre ce discours réduisant la communication politique : « *comme le produit de trois techniques : la télévision, les sondages et la publicité* ». Car selon lui, la communication politique a existé bien avant l'avènement de ces nouveaux outils de communication.

En effet, la communication politique a existé en même temps que la cité, car c'est par le biais de la communication que les hommes ont pu mettre en place et faire respecter un ordre politique garant de la stabilité sociale. Aristote nous disait déjà que l'homme est un animal politique doté d'une faculté langagière, et c'est précisément par l'instrument de la parole qu'il a pu pacifier les relations sociales et rendre la Cité viable. Ainsi, dans la Grèce antique les tenants du pouvoir se mettaient en scène pour séduire et entrer dans le cœur de leurs administrés. Le Docteur Sagar Seck dans son ouvrage intitulé *Machiavel et la communication politique* nous rappelle que : « *parmi les dispositifs majeurs présents dans le champ d'horizon du prince, demeure un enjeu de taille dont la parfaite maîtrise assure à celui-ci une légitimité lui garantissant l'exercice tranquille du pouvoir, et cet enjeu apparaît comme la bataille*

¹⁵ Gerstlé J, op.cit.

décisive de la communication »¹⁶. Et cette bataille, selon Machiavel sera gagnée par « le jeu des apparences », et par le discours du prince à ses sujets. La philosophe de renchérir : « La communication est donc au cœur du dispositif du pouvoir, et en cela sa maîtrise permet au prince de s'assurer un succès politique »¹⁷. Dans son célèbre ouvrage le Prince¹⁸ Nicolas Machiavel semble jeter les bases de la communication politique. C'est pourquoi, d'aucuns le considèrent comme le premier expert dans ce domaine.

Dans le lexique de communication politique des éditions DALLOZ, la communication politique y est définie au sens restreint et au sens large du terme.

« Au sens restreint, dimension de l'activité des professionnels de la politique, et singulièrement de celle des gouvernants, consistant à cibler et façonner des messages relatifs à leur action ou à leur idéologie à destination des segments de l'électorat qu'ils entendent rallier ou conserver... ». « Dans un sens large, la communication politique est un flux continu de circulation, de représentations et de symboles contribuant à affecter les registres de la légitimation politique... »

A travers ces définitions, deux caractéristiques de la communication politique apparaissent de prime abord :

- la communication politique, comme moyen de conquérir le pouvoir politique ;
- la communication politique, comme moyen de légitimation du pouvoir politique.

Toutefois, pour mieux approfondir notre définition de la communication politique, nous nous proposons de parcourir certains auteurs qui ont réfléchi sur ce thème.

Philippe Aldrin et Nicolas Hubé, dans leur ouvrage intitulé : *Introduction à la communication politique*, se sont référés au manuel de communication politique édité en 2004 sous la direction de Lynda Lee Kaid¹⁹, qui a repris l'une des toutes premières définitions de la communication politique attribuée à Steve Chaffee²⁰ qui, déjà en 1975, définissait : « la communication politique peut se comprendre comme la part prise par la communication dans le processus politique ». Cette définition succincte a le mérite de faire ressortir la quintessence du concept de communication politique. Cependant, de 1975 à 2021 le processus politique s'est considérablement élargi, intégrant d'autres acteurs tels que les groupes

¹⁶ Sagar Seck, *Machiavel et la communication politique*, l'Harmattan, 2019.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Nicolas Machiavel, *le prince*, LGF/Le Livre de Poche Collection : Classiques de poche, 4662 Parution, octobre 2000, 192 p.

¹⁹ Kaid L.L., *Handbook of political communication Research*, Mahwah & London, Lawrence Erlbaum Associates.2004.

²⁰ Chaffee S., *Political communication. Issues and strategies for Research*, Beverly Hills, Sage, 1975.

d'intérêt, les associations citoyennes, les think tanks, les ONG, les fondations, les experts, les mouvements altermondialistes, les Black Blocks, etc.

Désormais, en plus des politiques, d'autres segments de la société se battent, usant de diverses stratégies pour faire prévaloir ou imposer leurs visions aux leaders politiques nationaux et internationaux. Les questions telles que le changement climatique, le droit des minorités, la protection des couches vulnérables, etc., sont portées aussi bien par les parties prenantes traditionnelles du processus politique (pouvoir, opposition, médias) que par des sensibilités sans aucune obédience politique. Cet état de fait implique nécessairement une réactualisation de la définition proposée par Chaffee. Ainsi, dans l'espoir de vider la question de l'acception de notre concept vedette, Aldrin et Hubé à la suite de Richard Perloff²¹ proposent de définir la communication politique comme : « *le processus par lequel le langage et les symboles, employés par les leaders, les médias ou les citoyens, exercent des effets prévus ou imprévus sur les connaissances, les attitudes ou les comportements politiques des individus ou sur les résultats qui portent sur les politiques publiques d'une nation, d'un Etat ou d'un groupe social* ». Sous cet angle, nous pouvons affirmer que la communication politique est un système complexe où interagissent différents acteurs par le biais de messages et de symboles dans le but de triompher ou de faire triompher leurs idéaux politiques.

Dominique Wolton semble aborder la question dans le même sens dans son ouvrage dénommé *la communication, les hommes et la politique*, mais à quelques différences près.

Il part du principe selon lequel la communication politique est perçue moins comme un espace de « *communication* » que comme un espace de « *confrontation* », où les thèmes qui sont débattus relèvent de désaccords entre les principaux acteurs de l'espace public, alors que ceux ayant faits l'objet de consensus disparaissent progressivement du débat politique.

Pour le sociologue français : « *la communication politique est le lieu d'affrontement symbolique des discours portés par les trois enjeux légitimes que sont les acteurs politiques, les médias et les journalistes, l'opinion publique et les sondages* »²². Selon lui, cette définition présente cinq avantages :

D'abord elle permet d'étudier les relations triangulaires entre les hommes politiques, les médias et les sondages. Leurs discours sont contradictoires, mais se répondent. L'interaction née de la circulation simultanée des messages entre ces trois dimensions (politique- médias et sondages) est constitutive de la communication politique.

²¹ Perloff R M., *The dynamic of political communication. Media and politics in A digital Age* London & New York, Routledge, 2013, p.30.

²² Wolton (D.), *La communication, les Hommes et la Politique*, Biblis, 2015.

Le deuxième avantage est que la communication politique a permis de : « *de gérer les trois dimensions contradictoires et complémentaires de la démocratie de masse, la politique, l'information et la communication* »²³.(D. Wolton) Ces trois dimensions constitutives de la communication politique ont toutes une légitimité et chacune peut interpréter la situation politique du moment de façon indépendante.

Les hommes politiques tiennent leur légitimité des élections, les médias et les journalistes tirent leur légitimité du droit à l'information et à la critique et les sondages, reflétant l'opinion publique, ont une légitimité d'ordre scientifique et technique.

Les intellectuels peuvent prendre part à la communication politique, mais seulement en cas de situations exceptionnelles. Les technocrates et autres experts qui font fonctionner l'administration et partant l'État, n'ont pas vocation à se prononcer comme ils veulent et quand ils veulent sur les dossiers politiques, ils sont astreints à une certaine obligation de réserve.

Le troisième avantage de cette définition est de procéder au filtrage des discours dans la communication politique, y sont présents seuls ceux qui font l'objet de désaccords et d'affrontements. D. Wolton écrit : « *la communication politique est l'espace où s'affrontent les politiques contradictoires du moment, ce qui signifie que le contenu de cette communication politique varie dans le temps* »²⁴.

Le quatrième avantage nous dit l'auteur est de : « *revaloriser la politique par rapport à la communication* ». La communication n'a pas phagocyté la politique, mais c'est la politique qui profite de cet essor important des technologies de l'information et de la communication pour se réinventer et se donner plus d'éclats. Et comme pour confirmer D. Wolton, J. Gerstle dira en substance que la politique a précédé la communication. Le dernier avantage apporté par cette définition est de souligner la présence du public dans cette interaction triangulaire. Outre les journalistes et les hommes politiques, l'opinion publique prend part à la communication politique par le biais des sondages et des manifestations de tous ordres. L'une des marques des démocraties modernes est l'existence d'une opinion publique forte.

Mais comment se manifestent concrètement ces interactions entre hommes politiques, médias, et opinion publique ?

Plusieurs scénarios sont possibles :

Dans le cadre de la communication politique de nouveaux problèmes sont identifiés, les hommes politiques (pouvoir et opposition) en débattent avec des avis différents, les

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem.

journalistes et les médias en parlent et les mettent sur l'espace public, leur conférant du coup une certaine légitimité, entrent ensuite en scène les sondages pour donner la position de l'opinion publique. Le manque d'intérêt des médias pour certaines questions politiques entraîne progressivement leur exclusion de la communication politique.

En période électorale, les instituts de sondages deviennent les stars de la communication politique. Les médias en commandent plusieurs et les publient. Les hommes politiques interprètent les sondages et utilisent les résultats pour réadapter leur campagne électorale. Ici les sondages sont plus représentatifs de l'électorat que de l'opinion publique. Il faut toutefois préciser que les hommes politiques officieusement commandent aussi des sondages à l'approche des élections. Au Sénégal, la loi interdit la publication de sondages électoraux, ce qui n'empêche pas les hommes politiques et les médias d'en commander.

Entre deux élections, les médias assurent la fonction de « *veille démocratique* » (D Wolton). Ils sont les acteurs les plus en vue de la communication politique. Ils parlent des problèmes et des événements passés sous les radars de la classe politique et aident à maintenir la relation entre les hommes politiques et le reste de la société.

Dans une période de crise politique nationale ou internationale, la scène de la communication politique est dominée par les Hommes politiques au détriment des médias, compte tenu de l'urgence à agir et du danger de laisser les journalistes et les médias s'emparer d'une situation sensible ou explosive. En guise d'exemple, nous pouvons évoquer l'hyper activisme des gouvernants au niveau national comme international pour faire face à la crise sanitaire mondiale engendrée par la Covid 19. Le Président Macky SALL, réceptionnant les premières doses du vaccin contre la Covid 19 venues de la Chine, a utilisé les médias pour montrer à l'opinion que son gouvernement a décidé de prendre le coronavirus par ses cornes et le bouter hors du Sénégal.

Dans les régimes autoritaires ou totalitaires, les pouvoirs politiques opèrent un contrôle ferme sur les médias par le moyen de la censure, de la répression et même de l'assassinat. L'ONG Reporters Sans Frontières publie annuellement des rapports dénonçant les exactions dont les journalistes font l'objet à travers le monde entier. L'enquête menée par les services secrets américains a fini de révéler que l'assassinat du journaliste saoudien Jamal Khashoggi a été validé par le prince Mohammed ben Salmane. Il aurait justifié l'élimination physique du journaliste par les critiques acerbes et récurrentes de ce dernier à l'encontre de la Cour royale. Dans de tels régimes politiques et contrairement à ce que l'on pense, il existe une opinion publique. Alfred Sauvy, dans son ouvrage *l'opinion publique* nous apprend : « *Il existe, en régime autoritaire, deux opinions publiques, l'une ouverte, déclarée, l'autre profonde, mais*

*plus différenciée, étant à peu près clandestine ou à peine chuchotée*²⁵». Cette opinion publique déclarée et assumée se manifeste souvent à travers des articles de presse critiquant le pouvoir. Elle se caractérise par une pluralité des voix et une zone d'exercice très restreinte.

Il existe des démocraties majeures où les médias constituent de véritables forces. Aux Etats Unis le New York times, le Washington Post et bien d'autres groupes de presse jouent un rôle déterminant dans la formation de l'opinion publique.

Les événements politico-judiciaires récents avec l'affaire Adjil Sarr-Ousmane Sonko ont montré une opinion publique déterminée à tirer un opposant des griffes du pouvoir de Macky Sall. Les violentes manifestations avec leurs corollaires de pertes en vies humaines et de dégâts matériels ont conduit au placement sous contrôle judiciaire d'Ousmane Sonko.

Ces relations, souvent contradictoires et complémentaires entre ces trois enjeux légitimes de l'espace communication politique constituent le socle de la démocratie de masse. Elles permettent aux médias de jouer le rôle de quatrième pouvoir, (après l'exécutif, le législatif, et le judiciaire), à l'opinion publique de participer à la prise des grandes décisions politiques et au pouvoir politique en quête de légitimité de cheviller son action à l'opinion.

Il faut cependant reconnaître avec D. Wolton que dans ce ménage à trois, les médias semblent être le maillon faible de la communication politique. Dans une publication intitulée *Les médias, maillon faible de la communication politique*, Wolton écrit : « *Médias, hommes politiques et sondages sont les trois acteurs de l'espace politique moderne. Le décalage entre leurs logiques concurrentielles est une nécessité structurelle pour le fonctionnement de la communication politique. Or, les médias sont en position paradoxale : leur place est triomphante alors que leur légitimité se réduit puisqu'elle repose sur l'information et que celle des sondages et des hommes politiques repose sur un principe de représentativité. Il y a donc une concurrence de légitimité entre les médias, l'opinion politique et les hommes politiques. Les médias, contrairement aux apparences, sont dans une situation plus fragile. A mi-chemin entre la logique représentative de l'opinion publique et la logique de l'action politique, ils doivent préserver l'équilibre entre trois dimensions : l'information, la communication et la représentation* »²⁶. Malgré cette apparente fragilité, les médias constituent un maillon très important du dispositif et disposent d'une capacité de nuisance qui peut faire très mal aux politiques.

²⁵ Alfred Sauvy, *L'opinion publique*, presses universitaires de France, 1977.

²⁶ Wolton Dominique, « Les médias, maillon faible de la communication politique », *Hermès, La Revue*, 1989/1 (n° 4), p. 165-179. DOI : 10.4267/2042/15407. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1989-1-page-165.htm>

Sous nos cieux, en se basant sur nos réalités socio-culturelles, le professeur Ibrahima Silla a tenté de définir la communication politique par la métaphore de l'épée et de l'aiguille dans son ouvrage intitulé : *communiquer en politique, l'art de coudre et d'en découdre*. Il pense que la communication politique peut être à la fois un outil de destruction et un moyen de rapprochement entre acteurs politiques. L'épée, généralement arborée par le roi ou par la garde rapprochée du Président de la République symbolise et rappelle la toute-puissance du pouvoir exécutif. Une puissance qui au besoin pourrait sévir pour faire régner l'ordre ou servir à détruire les adversaires politiques. L'aiguille quant à elle va servir à coudre les liens rompus entre protagonistes politiques. Le professeur Silla dans son ouvrage a démontré la puissance du verbe. Le verbe s'avère être une arme puissante pour atteindre, nuire ou mettre fin à la carrière politique d'un rival. De la même façon, le verbe peut être un instrument efficace pour rapprocher les positions divergentes. Plus on se parle, mieux on se comprend « *rérro amoul niak wakhtane mo am* »²⁷ comme disent les wolofs.

Dans la communauté scientifique russe, la première définition de la communication politique a été donnée par M. Yu Goncharov (né en 1968, historien et professeur à l'Université d'Altai). Selon lui, la communication politique est la circulation d'informations entre acteurs politiques, c'est-à-dire tout type de messages pouvant influencer les relations entre les groupes sociaux, les nations et les Etats. Elle est le processus de transfert de l'information politique, qui structure l'activité politique et lui donne une nouvelle importance, façonne l'opinion publique et la socialisation politique des citoyens en tenant compte de leurs besoins et de leurs intérêts.

Face à cette floraison de définitions (la liste est loin d'être exhaustive), de la part de chercheurs appartenant à diverses familles scientifiques (sociologie, communication, histoire, philosophie, sciences politiques), nous nous proposons de convoquer J. Gerstlé qui à nos yeux a adopté la démarche la plus globale ou la plus large pour cerner le concept de communication politique. Dans la *communication politique* (2004), J. Gerstlé écrit : « *la communication politique est un objet flou* », pouvant donner lieu à quatre conceptions, trois dimensions, trois mécanismes, quatre théories, et plusieurs pratiques.

Les différentes conceptions de la communication politique sont : la conception instrumentale, la conception œcuménique, la conception compétitive, et la conception délibérative.

²⁷ Il n'y a points de mésententes, il y a juste un déficit de dialogue.

Dans la perspective de la conception instrumentale, la communication politique se définit comme un ensemble de techniques auxquelles recourent les responsables politiques pour séduire l'électorat et gérer l'opinion publique.

La conception œcuménique renvoie à l'interaction entre les politiques, les médias et le public. Ces échanges se traduisent par la circulation de l'information entre ces trois acteurs. Cette conception nous ramène à la définition de D. Wolton.

Vient ensuite la conception compétitive de la communication politique. Il s'agit de mettre en scène le pouvoir politique aux moyens des médias, à l'occasion de grands événements politiques pour contrôler et influencer la perception du peuple. Les signes et symboles ont ici toute leur importance.

Enfin nous avons la conception délibérative, qui traduit la consubstantialité de la communication politique à la démocratie. Dans une société démocratique tous les citoyens ont droit au chapitre et sont invités à se prononcer sur les grandes décisions politiques. L'idée ici est que la communication politique permet de trouver des consensus sur toutes les questions qui agitent le landerneau politique, d'où son caractère délibératif.

Toujours dans cette optique de cerner le concept élastique de communication politique, J. Gerstlé l'analyse sous trois dimensions : la dimension pragmatique, la dimension symbolique et la dimension structurelle.

La dimension pragmatique désigne l'ensemble « *des pratiques de communication effectives* ». La pragmatique met en exergue la relation sociale qui existe entre l'émetteur et le récepteur. La communication politique se déploie pour persuader, convaincre, commander, séduire, informer, négocier ou dominer. Selon ses objectifs et son mode de déploiement, la communication politique peut revêtir deux formes distinctes. Lorsqu'elle s'inscrit dans une perspective d'intercompréhension entre acteurs concernés, elle prend des formes de délibération. Si la communication politique est motivée par la volonté de domination des protagonistes, elle revêt le caractère de la manipulation.

La dimension symbolique traduit un ensemble de signes et symboles utilisés dans la communication politique. En effet, les hommes dans leurs interactions utilisent le langage, des rites, des mythes, bref un ensemble de codes pour échanger et se transmettre des croyances et des savoirs. Le langage est un agencement de signes tirés d'un code propre à un groupe pour produire un message, il est l'instrument le plus utilisé dans la pratique communicationnelle. Déjà dans l'antiquité, les tenants du pouvoir politique usaient du discours pour se mettre en scène, séduire, et faire accepter au reste du peuple leur domination politique. Les sophistes ne tenaient-ils pas leur ascension sociale de la maîtrise de la rhétorique ? Aujourd'hui encore et

partout dans le monde, savoir parler et bien parler est peut-être un *quintus* d'entrer dans certains milieux politiques très restreints, et un moyen sûr de gravir les échelons. L'on se rappelle encore du formidable tribun qu'est Barack H Obama, des sorties très attendues de Idrissa Seck qui sont souvent un mélange de hadiths tirés du coran de proverbes wolofs.

La sémiologie dans la communication politique concerne les images fixes comme les affiches et photos, ou animées en l'occurrence le cinéma et la télévision. Les divers types de productions artistiques telles que la musique, la littérature, les graffitis, les pins, etc. servent aussi à véhiculer des messages politiques.

La communication politique, c'est aussi des rites. Les élections, l'installation d'un nouveau pouvoir, la cérémonie de prestation de serment, la levée des couleurs etc. sont toutes des actes rituels.

La dimension structurelle de la communication politique, enfin, concerne les moyens utilisés pour faire passer le message. J. Gerstlé a, à cet effet, identifié plusieurs canaux de communication. Il y a les canaux institutionnels (parlement, administration), les canaux organisationnels (partis politiques, forces organisées), les canaux médiatiques (organes de presse) et les canaux interpersonnels (relations interindividuelles, groupes sociaux).

La communication politique, c'est également un ensemble de théories contrastées. Le professeur Gerstlé, dans son ouvrage *La communication politique* (1993) a listé quatre approches : l'approche comportementaliste, l'approche structuro-fonctionnaliste, l'approche interactionniste, et l'approche dialogique.

Dans la théorie comportementaliste de la communication politique, l'accent est mis sur la transmission et sur les effets de la communication sur les récepteurs et plus précisément le corps électoral. Les différentes stratégies de communication développées et mises en pratique doivent être en mesure d'influencer la cible au moment d'opérer un choix. L'auteur se fait l'écho des politistes behavioristes que sont H. Eulau, S.J. Eldersveld, et M. Janowitz, qui déjà en 1956 définissent la communication politique comme l'un des trois processus : « *(avec le leadership et les structures de groupe) par lequel les influences politiques sont mobilisées et transmises entre les institutions gouvernementales et le comportement électoral des citoyens* ». Cette perspective comportementaliste de la communication politique nous rappelle à bien des égards la grande enquête menée par P. Lazarsfeld et son équipe de l'Université de Columbia dans le comté d'Erie aux Etats Unis pendant l'élection présidentielle de 1940. L'intérêt de cette enquête était de montrer quels effets les messages politiques véhiculés par les médias, essentiellement la radio, pouvaient avoir sur le comportement de l'électeur. Les résultats ont montré que les électeurs étaient plus influencés par les rapports interindividuels

que par les messages diffusés à travers les médias. Toutefois il faut préciser que cette grande enquête a eu lieu avant l'avènement de la télévision.

L'approche structuro-fonctionnaliste propose d'autres paradigmes de définition de la communication politique. Ici, elle est comprise comme la circulation de l'information entre les écosystèmes du système politique d'une part, et entre le système politique et les autres systèmes (économie, culture, sport) d'autre part. Les éléments clés sont : échanges, système et équilibre. La société fonctionne grâce à des échanges d'informations entre les différents systèmes qui la composent. Les tenants de cette théorie donnent la priorité à l'interaction entre les différents segments de la société et relèguent le politique à un rôle secondaire. C'est d'ailleurs ce qu'il faut comprendre à travers cette définition de R. Fagen, rapportée par J Gerstlé : la communication politique est une « activité de communication qui est politique en raison de ses conséquences, actuelles ou potentielles, sur le fonctionnement du système politique ». Et Deutsch de renchérir : « diriger est avant tout une affaire de communication ». Cette conception structuro-fonctionnaliste n'est pas sans nous rappeler D. Wolton, pour qui la communication politique est l'interaction entre trois enjeux légitimes que sont le politique, les médias et le public.

L'approche interactionniste de la communication politique peut être analysée sous deux angles : l'angle stratégique et l'angle symbolique.

L'interactionnisme stratégique suppose l'utilisation par les protagonistes du jeu politique de tous les moyens matériels et immatériels (discours, rites, mystification) et de tous les canaux et réseaux de diffusion pour atteindre leurs objectifs. Les objectifs pouvant aller de la quête de suffrages, en passant à celle de légitimation ou à la destruction d'un adversaire politique. Par ailleurs nous constatons avec cette approche l'implication des trois dimensions de la communication politique à savoir le pragmatique, le symbolique et le structurel. Les joutes électorales constituent des moments privilégiés où les partis politiques affûtent leurs armes, élaborent des stratégies de communication en usant de tous les moyens possibles pour aller à la conquête des suffrages. Ils se surveillent, réajustent leurs stratégies en fonction de l'évolution de la situation et sont prêts à exploiter les failles des adversaires pour remporter la victoire finale.

L'interactionnisme symbolique est le mécanisme qui permet la construction d'une réalité politique par la réification et l'institutionnalisation du sens. Les palais des rois ou présidents de la république, de par leur grandeur et leur architecture symbolisent le pouvoir et rappellent aux citoyens la présence d'un ordre politique. Monsieur Macky Sall, au-delà d'être une personne physique comme tous les autres sénégalais, jouit d'une sacralité que lui confèrent

ses attributs de Président de la République, de père de la nation, de gardien de la constitution, de chef suprême des armées, etc. A ce titre, aucun citoyen n'a le droit de tenir à son encontre des propos désobligeants sous peine de tomber sous le coup de l'article 254 du Code pénal sénégalais qui dispose que : « *L'offense au Président de la République par l'un des moyens énoncés dans l'article 248 est punie d'un emprisonnement de six mois à deux ans et d'une amende de 1 00.000 à 1.500.000 francs ou de l'une de ces deux peines seulement. Les peines prévues à l'alinéa précédent sont applicables à l'offense à la personne qui exerce tout ou partie des prérogatives du Président de la République* »²⁸. L'article 248 ici évoqué énumère les moyens de diffusion : « *la radiodiffusion, la télévision, le cinéma, la presse, l'affichage, l'exposition, la distribution d'écrits ou d'images de toutes natures, les discours, chants, cris ou menaces proférés dans des lieux ou réunions publics, et généralement tout procédé technique destinée à atteindre le public* »²⁹. Le drapeau national revêt aussi un caractère sacré au point que nul ne peut le déchirer ou le brûler, la levée des couleurs impose à tout citoyen se trouvant dans les lieux à s'arrêter pour marquer son respect à ce symbole de la nation. Ces exemples montrent parfaitement que l'interprétation des signes et symboles qui est une forme de communication politique constitue un pilier fondamental du fonctionnement de la société. Pour montrer la dimension symbolique de la communication politique, le Pr Silla à la suite d'Arnault Skornicki écrit : « *l'Etat n'est pas seulement cette action matérielle exercée sur un territoire et une population, cette capacité à manipuler les hommes et les choses fondées sur des savoirs techniques et scientifiques. L'Etat est aussi un discours, une parole, une imagerie : cette symbolique n'est pas seulement le supplément d'âme du monstre froid étatique, mais une condition essentielle de sa pérennité* ».

Il nous paraît important de souligner que malgré leur différence d'approche, l'interactionnisme symbolique et l'interactionnisme stratégique constituent un tandem, leur complémentarité permet au politique de manipuler l'électorat et de l'amener à agir dans le sens souhaité.

Enfin l'approche dialogique de la communication politique renvoie à ce que les wolofs appellent « réw danioukoy pénço », traduite en français cette maxime signifie les affaires d'un pays, ça se discute ! Ici, l'idée maîtresse est que les décisions prises dans la sphère politique doivent être revêtues du sceau de la légitimité, à la suite de discussions consensuelles. C'est la consécration de l'espace publique, qui permet à tous les citoyens de participer à la gestion des affaires de la cité. Au Sénégal, le Président de la République avait initié le 28 mai 2019 un

²⁸ Loi n° 2016-29 du 08 novembre 2016 modifiant la loi n° 65-60 du 21 juillet 1965 portant Code pénal.

²⁹ Ibidem.

dialogue national regroupant tous les segments de la société (partis politiques, mouvements et organisations sociaux, familles religieuses, chefs coutumiers et traditionnels, syndicats etc.) A cette occasion, l'hôte de ces concertations avait pris l'engagement de mettre en œuvre tous les consensus issus de cet exercice important dans le processus de modernisation de notre démocratie.

Au terme de son analyse, J. Gerstlé a invoqué la distinction opérée par L. Quere³⁰ qui semble pertinente pour nous orienter dans les différentes théories de la communication politique, en ces termes : « *La conception épistémologique, encore dominante, conçoit la communication comme production et transmission de connaissances sur l'environnement, c'est la communication-représentation. La conception praxéologique, au contraire, l'envisage comme la construction d'un monde par l'action réciproque qui rend pensable l'espace public* »³¹.

Au regard de tout ce qui a été écrit précédemment sur la communication politique, nous pensons pouvoir la définir comme toute forme de communication, quels que soient son auteur, ses canaux de transmission et ses destinataires, dont la finalité est éminemment politique. Car au cours de nos recherches nous nous sommes rendu compte qu'en définitive la communication politique constitue un système de transmission et d'échanges de savoirs, de messages, de symboles et de croyances entre acteurs légitimes avec des visées purement politiques.

C/Intérêt du sujet.

Comme nous pouvons le constater, la définition du concept de communication politique semble être un exercice intellectuel complexe. Beaucoup de scientifiques d'horizons divers ont tenté de le définir à partir de paradigmes différents. Cependant cette multitude de définitions semble trahir un regain d'intérêt pour ce domaine de connaissance. Car, il faut dire que les résultats de la grande enquête de P. Lazarsfeld et son équipe avaient émoussé l'intérêt des scientifiques sur les rapports entre médias et comportements électoraux. Cependant, entre 1940 et 2021 le paysage politico médiatique a fortement changé. Nous assistons actuellement à un véritable engouement de la part des professionnels de la communication et de l'information, des politiques, et de la communauté scientifique pour la communication politique. Ses enjeux sont à la fois théoriques, techniques et pratiques. Des domaines de compétence tels que le marketing politique, la publicité politique, les sondages d'opinion, les

³⁰ L. Quéré. D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique, in Réseaux. 46-47, 1991.

³¹ J. Gerstlé, op.cit.

spin doctor ont fait leur apparition. Sur le plan scientifique, la communication politique par sa transversalité est au carrefour de plusieurs disciplines telles que la sociologie, la linguistique, la sémiologie, la communication, la science politique etc., et chacune d'elle tente de s'en appropriée ou à tout le moins d'en réclamer la paternité. De nombreux chercheurs issus de ces domaines de connaissance précités ont réfléchi et produit des œuvres de référence sur la communication politique. Au Sénégal beaucoup d'ouvrages et de thèses de recherche ont été consacrés aux rapports entre les pouvoirs politiques et les médias. Des journalistes de renom ont écrit des ouvrages pour donner leur perception des régimes politiques qui se sont succédés, de Léopold Sédar Senghor à Macky SALL en passant par Abdou Diouf et Abdoulaye Wade. Généralement, c'est pour critiquer ouvertement le régime en place, exemple : Ngagne Fall, *Sénégal la presse sous Macky Sall, démocratie en péril* ou pour tresser des lauriers au pouvoir en place, exemple : Coulibaly, Abdou Latif, *Le Sénégal sous Macky Sall. De la vision à l'ambition. Les réalisations à mi-mandat*. D'autres ont analysé la presse privée sénégalaise pour déceler ses failles et ses faiblesses, exemple : Loum, Ndiaga. *Les médias et l'Etat au Sénégal. L'impossible autonomie*. Seule une poignée de scientifiques a consacré des recherches exclusivement sur la communication politique au Sénégal. Et dans ce domaine le Pr Ibrahima Silla fait assurément figure de référence. Dans son ouvrage : *Communiquer en politique l'art de coudre et d'en découdre*, il mène une réflexion sur la communication politique sous l'angle anthropologique avec en toile de fond nos réalité africaines et plus particulièrement sénégalaises. Dans le cadre de nos recherches, nous ne comptons point dévier de cette trajectoire.

Le Sénégal est considéré (à tort ou à raison) comme une vitrine de la démocratie en Afrique, avec à son actif deux alternances démocratiques. Ce petit pays d'Afrique de l'Ouest peut s'enorgueillir d'être le seul en Afrique au sud du Sahara qui n'a jamais connu de coup d'Etat militaire et qui est arrivé tant bien que mal à contenir les fortes tensions politiques qui ont jalonné son histoire. Le professeur Alioune Badara Diop, dans son ouvrage intitulé, *le Sénégal une démocratie du phénix* a tour à tour évoqué le « *phénix pris à la gorge* », la « *mort du phénix* » et la « *renaissance du phénix* », comme pour montrer que la démocratie sénégalaise n'est pas parfaite et qu'elle était menacée (de 2000 à 2009) par une certaine propension hégémonique du pouvoir du Président Wade. Tel un phénix qui renaît de ses cendres, le système politique sénégalais a toujours su trouver les ressorts fondamentaux qui ont permis de maintenir la paix et la stabilité politique. Pour comprendre l'exemplarité ou l'exception sénégalaise, nous nous proposons dans le cadre de cette présente étude d'aller en immersion dans la communication politique sénégalaise pour en saisir les fondamentaux. Il s'agira

d'identifier les acteurs incontournables, de comprendre les mécanismes, mais aussi d'évaluer l'influence de la culture sénégalaise et de la religion dans ces interactions. L'originalité de notre thèse tient au fait que nous n'allons pas nous limiter aux relations entre pouvoir et médias, mais nous sortirons des sentiers battus pour explorer les interactions entre pouvoir, médias, société civile, opinion publique. Mieux, nous allons intégrer dans notre étude des acteurs improbables qui sont : les chefs religieux et les griots. Notre objectif in fine est d'apporter notre contribution scientifique qui permettra à la communauté universitaire et aux sénégalais de façon générale de mieux comprendre les tenants et les aboutissants de « *la communication politique à la sénégalaise* ».

L'intérêt de notre sujet est doublement scientifique et pratique.

L'intérêt scientifique de nos recherches est que, à l'issue de notre étude, nous puissions apporter notre modeste contribution au repositionnement de la discipline *communication politique* dans la galaxie universitaire des sciences humaines et sociales au Sénégal.

L'intérêt pratique de notre sujet est d'étudier et de décortiquer le mécanisme du dialogue politique au Sénégal, mais aussi et surtout de faire ressortir ses spécificités.

D/PROBLÉMATIQUE.

En plus d'étudier cette discipline telle qu'elle a été pensée, et théorisée en occident, nous allons examiner ses implications pratiques au Sénégal. Ainsi, il nous paraît justifié de construire notre problématique de recherche autour d'un questionnement central : **Quels sont les ressorts de la communication politique sénégalaise ?** En d'autres termes, l'idée centrale de notre thèse est d'explorer les pratiques communicationnelles et les interactions entre acteurs majeurs qui ont permis à notre pays d'être cet îlot de stabilité politique dans un cercle de feu, de réussir deux alternances démocratiques, et d'être cité comme une vitrine de la démocratie africaine. Car il faut le noter, le Sénégal n'a jamais connu de coups d'Etat militaires, et ce, malgré les crises politiques internes qui ont jalonné son histoire et les tensions récurrentes à ses frontières notamment au Mali, en Guinée Bissau, en Guinée Conakry, en Gambie et en Mauritanie, (coups d'Etat et attaques djihadistes).

Dans la première partie de notre recherche, nous allons étudier les techniques et pratiques qui sont utilisées par les acteurs légitimes de la communication politique.

Dans la deuxième partie de notre étude, nous allons analyser les rapports entre acteurs de l'espace politiques sénégalais, mais aussi les leviers institutionnels, socioculturels et religieux de la communication politique sénégalaise.

Avant de répondre à ces questionnements, nous nous intéressons d'abord aux implications théoriques de la communication politique : la genèse de la communication politique, son développement, et ses objets d'étude.

E/Genèse et développement de la communication politique.

1. Naissance de la communication politique.

« *La communication politique, au sens moderne, désignant l'ensemble des pratiques visant à établir des liens entre les professionnels de la politique et leurs électeurs, en usant notamment des voies offertes par les médias (de l'article de presse au clip, du publipostage au courrier électronique, du débat télévisé au blog...), a pris naissance aux Etats-Unis* »³². Philippe Riutort situe sa naissance au début du XX siècle. En effet, la communication politique telle qu'elle est théorisée, conceptualisée, et définie par les scientifiques contemporains a connu ses balbutiements au lendemain de la première guerre mondiale (1914-1918), l'objet de son étude portait sur la propagande. A ce titre, J Gerstle nous rappelle que : « dès 1927, Lasswell publie un ouvrage sur les techniques de propagande pendant la première guerre mondiale ». Par la suite, avec le développement fulgurant noté dans le secteur de l'information et de la communication, notamment l'avènement de la radio, les chercheurs se sont intéressés aux effets des médias sur le comportement des électeurs. Autrement dit, est ce que les médias ont un pouvoir d'influence réel ou supposé sur le choix de l'électeur ? A cette question, Paul Lazarsfeld et son équipe de l'Université de Columbia ont répondu par la théorie des « *effets limités* ». La grande enquête menée par P. Lazarsfeld et son équipe de l'Université de Columbia dans le comté d'Erie aux Etats Unis pendant l'élection présidentielle de 1940 a abouti à l'existence d'« *effets limités* » du fait de la présence d'intermédiaires entre les médias et les récepteurs.

Les résultats ont montré que les électeurs étaient plus influencés par « *les échanges interpersonnels avec leurs proches et ce qu'ils sont socialement* ».³³ Ce paradigme s'est imposé comme dominant dans la communauté scientifique pendant des dizaines d'années. Toutefois le modèle de Columbia a essuyé de nombreuses critiques comme nous le rappelle Igor Martinache : « *Critiqué, comme tout modèle dominant, le modèle de Columbia a été amendé depuis sa formulation initiale. Ainsi, dès 1972, McCombs et Shaw faisaient*

³² Philippe Riutort, Sociologie de la communication politique, La Découverte, coll. « Repères », 2007, 121 p., EAN : 9782707148612.

³³ Philippe Aldrin et Nicolas Hubé, Introduction à la communication politique des éditions De Boeck Supérieur s.a 2017

remarquer que l'influence majeure des médias était leur capacité à « définir l'agenda », c'est-à-dire à imposer les questions dignes, à un moment donné, d'être investies comme enjeux politiques prioritaires. A cela s'ajoutent les notions de « cadrage » (framing) et « amorçage » (priming) pour caractériser l'influence des médias : celles-ci désignent respectivement leur capacité de définir les cadres d'interprétation légitimes pour un problème politique donné et celle d'en fixer les critères de jugement ».³⁴ Cette interprétation du rôle et de l'importance des médias dans la communication politique nous rappelle D. Wolton, pour qui les médias constituent un acteur de premier ordre dans la légitimation des grandes questions politiques. En d'autres termes, ils déterminent les enjeux politiques qui méritent d'être maintenus dans l'espace communication politique, et ceux (questions politiques ayant fait l'objet de consensus) dont il faut se détourner. Il faut aussi noter que l'avènement de la télévision en couleur au début des années 1950 aux Etats-Unis a considérablement révolutionné le rapport des Américains à l'information et aux divertissements.

2. Développement de la communication politique aux États Unis.

Le développement de la science de la communication politique aux Etats-Unis peut s'expliquer par la combinaison de deux facteurs : le caractère uninominal des suffrages (universel et locaux) et l'émergence de pratiques telles que le marketing politique, la publicité politique et les sondages d'opinion. Aux Etats-Unis, en plus de la présidence de la république beaucoup d'autres positions de pouvoir sont soumises au scrutin uninominal. Encore appelé scrutin uninominal majoritaire, il est : « *est un système électoral dans lequel une seule personne est élue lors d'un scrutin* »³⁵. Les sénateurs, les représentants du congrès, les maires, les procureurs et même les shérifs sont élus aux suffrages uninominaux. Cette « personnalisation de la compétition politique », en plus des progrès enregistrés dans les technologies de l'information et de la communication ont considérablement modifié la façon de faire de la politique. La publicité politique a fait son apparition avec l'élection de Dwight D. Eisenhower³⁶ à la présidence de la république des Etats-Unis en 1953. Le marketing politique, les relations publiques, les sondages d'opinion etc., deviennent incontournables pour tous ces candidats soucieux de polir leur image et de rallier l'électorat à leur cause. Ceci

³⁴ Igor Martinache, Philippe Riutort, Sociologie de la communication politique », Lectures [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 17 juillet 2007, consulté le 02 mars 2021. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/430> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lectures.430>

³⁵ Wikipédia

³⁶ Dwight David Eisenhower, surnommé Ike [aïk], né le 14 octobre 1890 à Denison et mort le 28 mars 1969 à Washington, est un militaire et homme d'État américain membre du Parti républicain, 34^e président des États-Unis pour deux mandats, du 20 janvier 1953 au 20 janvier 1961. Wikipédia

entraîne d'importants investissements matériels et financiers dans le champ politique. Par ailleurs, la large diffusion de la télévision et de la radio et l'importance croissante des groupes de média ont fortement contribué à solidifier une opinion publique de plus en plus exigeante. Tous ces soubresauts notés dans l'espace politique américain en particulier et dans la société américaine de façon générale justifient amplement la création d'un domaine de connaissance pour étudier tous ces phénomènes nouveaux. Dans le champ académique, après une longue période de disette consécutive à la prédominance de la théorie des « effets limités » de P. Lazarsfeld, Philippe Aldrin et Nicolas Hubé nous rapportent que c'est en 1981 que K. Sanders et D. Nimmo ont fait paraître le premier *Handbook of political communication*.³⁷ La communication politique est devenue aujourd'hui une discipline à part entière dans le monde anglo-saxon, elle suscite un réel enthousiasme chez les sociologues, les politistes, les spécialistes en communication, les juristes etc., comme en témoignent les nombreux ouvrages écrits dans ce domaine.

3. Naissance et développement de la communication politique en France.

En France, durant la période de l'entre-deux-guerres, les autorités politiques ont principalement sollicité la presse écrite pour s'adresser aux populations. Mais avec l'éclatement de la seconde guerre mondiale et la domestication de la presse écrite par le gouvernement de Vichy, le général de Gaulle a choisi le micro de la radio britannique BBC pour lancer à 67 reprises ses messages de mobilisation à destination de la population française. A la libération, la radio a continué à être le canal privilégié de communication entre le chef du gouvernement provisoire et les citoyens français. En 1958, le retour du général De Gaulle aux affaires est marqué par une communication présidentielle centrée sur la télévision. L'homme du 18 juin a très tôt compris l'importance de cet outil novateur pour communiquer avec ses concitoyens, comme l'attestent ses nombreuses sorties et interviews sur le petit écran. Pour lui la télévision est un formidable moyen de s'adresser directement à son peuple, créant ainsi des liens plus intimes avec les français. Ces événements ont amorcé l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (radio et télévision) dans le champ politique français. La campagne référendaire de 1962 et l'élection présidentielle au suffrage universel direct de 1965 ont indéniablement consacré la télévision comme acteur incontournable du système politique. La personnalisation de la compétition politique (le président de la cinquième république étant élu aux suffrages universels directs), l'américanisation des campagnes électorales et l'utilisation massive de la radio et de la

³⁷ Dan Nimmo, Keith Sanders handbook of political communication Beverly Hills, Sage, 1981.

télévision ont suscité un regain d'intérêt de la part des scientifiques à l'égard de la communication politique. Philippe Aldrin et Nicolas Hubé nous rapportent dans leur ouvrage *introduction à la communication politique* que déjà : « En 1977, le professeur de droit public Roger Gérard Schwartzberg propose une analyse alarmiste de la personnalisation de la politique et des formes récentes prises par la communication étatique qui feraient de la politique un spectacle ».³⁸ Cet essai, malgré les nombreuses critiques qu'il a essuyé de la part de plusieurs universitaires n'en demeure pas moins le déclencheur de nombreuses publications sur les phénomènes nouveaux de la communication en politique. Pour retracer la longue et lente marche de la communication politique dans l'espace universitaire français, nous nous proposons d'énumérer quelques faits saillants tels que relatés par Hubé et Aldrin dans leur ouvrage précité.

Des courants de recherche dédiés à la communication publique et politique se développent au sein de la nouvelle UFR des sciences de l'information et de la communication (SIC), créée en 1975 ;

En 1978, le premier diplôme de deuxième cycle universitaire de « communication politique » est créé par Jean Marie Cotteret dans la jeune UFR de science politique de l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne ;

Au cours des années 1980, plusieurs revues scientifiques traitant des rapports entre politique et médias ont vu le jour : *Mots-les langages du politique* (créée en 1980), *Réseaux* (créée en 1982), *Quaderni* (créée en 1987), *Hermès* (créée en 1988).

En 1985, dans le troisième volume du *traité de science politique*, l'entrée communication et action politique est subdivisée entre une étude du langage rédigée par Frédéric Bon et une étude des médias écrite par Francis Balle ;³⁹

En 1991, Jean Marie Cotteret⁴⁰ fait paraître son ouvrage à succès intitulé *Gouverner c'est paraître, réflexion sur la communication politique* dans les PUF ;

L'année 1992 marque un tournant important avec la publication de *la communication politique* dans la collection *Que sais-je* des PUF par l'éminent politiste Jacques Gerstlé. Cet ouvrage signe la consécration de la communication politique en champs de connaissances théoriques et pratiques ;

³⁸ Roger Gérard Schwartzberg, *l'Etat spectacle. Essai sur et contre la star système en politique*, Paris, Flammarion, 1977.

³⁹ Bon F, « langage et politique » et Balle F « Médias et Politique » in Grawitz M, Leca J (dir), *Traité de science politique* Vol 3 « l'action politique » Paris PUF 1985

⁴⁰ Jean-Marie Cotteret, né le 30 juillet 1935 à Hanoï (Tonkin)¹, est un universitaire français. Agrégé des facultés de droit, il est professeur de droit public et de sciences politiques à l'université de Nice de 1964 à 19752, professeur de sciences politiques à l'Université de Paris I Panthéon-Sorbonne.

En 1998, le Centre national de la recherche scientifique (CNRS) a donné mandat au sociologue D. Wolton pour créer le premier et unique laboratoire dédié à la « *communication et politique* » (LCP) auquel sont rattachés la revue *Hermès* et la collection éditoriale CNRS Communication ;

En 2007, table ronde de l'Association Française de Science Politique (AFSP) est consacrée à la « médiatisation du politique » ;

Enfin, en 2015 est créé au sein de l'AFSP un groupe de projets dénommé « COMPOL : Une sociologie politique de la communication. Médiatisation, controverses et jeu politique ».

Malgré cette floraison de publications scientifiques et de cadres de recherches (la liste n'est pas exhaustive) la communication politique demeure encore en France une sous discipline ou une discipline de spécialisation écartelée entre plusieurs disciplines, notamment la sociologie, la communication et la science politique. D. Wolton parle du caractère « *d'objet interdisciplinaire* »⁴¹. Adulée par les sciences de l'information et de la communication, largement couverte par la sociologie, la communication politique est en partie délaissée par la science politique française (faible taux de publication chez les politistes). Elle peine toujours à atteindre le grade de discipline à part entière, comme l'atteste, du reste Philippe Breton : « *Bien qu'il puisse paraître un peu brutal de l'énoncer ainsi, compte tenu de l'importance et de la qualité des travaux de recherche qui ont déjà été conduits dans ce domaine, les sciences de la communication politique restent encore en partie à fonder* »⁴².

Et pourtant, le champ d'étude de la communication politique se révèle être très vaste. Parmi ses thèmes d'étude, nous pouvons citer : la légitimation du pouvoir politique ou sa mise en scène (perspective anthropologique), la communication entre les différents démembrements du pouvoir politique et l'incommunication, la communication politique en période électorale, la communication gouvernementale, la médiatisation de la vie politique (avantages et inconvénients), les rapports entre politiques (pouvoir et opposition) et médias, le rôle des médias et des sondages dans la formation de l'opinion publique, les politiques (pouvoir et opposition) et l'utilisation des réseaux sociaux (Facebook, twitter, etc.), les réseaux sociaux et la formation d'une opinion (connectée), l'influence des médias et des réseaux sociaux sur le comportement des électeurs, le phénomène des fake news sur les réseaux sociaux et leurs conséquences, l'opinion publique et ses rapports avec le pouvoir politique, la communication politique locale. En parcourant les thèmes d'étude (la liste n'est pas exhaustive) de la

⁴¹ Dominique Wolton, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997, 402 p.

⁴² Philippe Breton 1995, « Médias, médiation, démocratie : pour une épistémologie critique des sciences de la communication politique », *Hermès*, n° 17-18, p. 321.334.

communication politique, on se rend compte qu'elle cible des objets qui relèvent de la science politique, de la communication, et de la sociologie. Cette interdisciplinarité, au lieu d'être un facteur bloquant (différence de méthodologie et de conception), doit inciter à créer des cadres où sociologues, politologues, experts en communication travaillent ensemble pour une production scientifique sous le label communication politique, plus harmonisée, plus féconde et plus utile à la société.

4. Naissance et développement de la communication politique au Sénégal.

Au Sénégal, le duo ou duel (selon les régimes) politique et médias date de l'époque coloniale, comme nous l'avons signalé un peu plus haut. Après les indépendances, les différentes crises politiques majeures qui ont secoué le pays ont favorisé la formation d'une opinion publique sénégalaise sur toutes les grandes questions politiques et sociales. Aujourd'hui, les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les réseaux sociaux ont profondément modifié les interactions entre les principaux acteurs du système politique.

Sur le plan scientifique, les productions traitent essentiellement des rapports entre pouvoir politique et médias, et sont l'œuvre de chercheurs ou professionnels des sciences de l'information et de la communication. Nous pouvons en citer quelques-uns en guise d'exemple : Barry, Moustapha, *Histoire des médias au Sénégal. De la colonisation à nos jours*, L'Harmattan, 2013 ; Moustapha Sow. *Médias et pouvoirs politiques au Sénégal : étude de la transition d'une presse d'État vers un pluralisme médiatique*, Sciences de l'information et de la communication, Université de Lorraine, 2016 ; Coulibaly Abdou Latif, *Le Sénégal sous Macky Sall, De la vision à l'ambition, Les réalisations à mi-mandat*, Paris, L'Harmattan, 2015 ; Niasse, Sidy Lamine, *Un arabisant entre presse et pouvoir*, Dakar, Éditions Groupe Wal Fadjri, 2003, 144p. La liste est loin d'être épuisée. Comme on a pu le constater en France, la communication politique ne suscite pas encore l'enthousiasme des politologues sénégalais. Les rares ouvrages publiés peuvent être comptés sur le bout des doigts, mais celui qui fait incontestablement figure de référence dans ce domaine est l'œuvre du professeur Ibrahima Silla⁴³ intitulé *Communiquer en Politique, L'art de coudre et d'en découdre*. L'enseignant-chercheur y mène une réflexion profonde sur la condition de l'Homme politique, sur le pouvoir du verbe, sur l'importance de l'image, de la numérologie, des signes et symboles, et sur bien d'autres facettes de la communication politique dans la société sénégalaise. Il a par ailleurs dans cet ouvrage fait état du paradoxe qui entoure la

⁴³ Ibrahima Silla est enseignant-chercheur en science politique à l'université Gaston Berger de Saint de Saint-Louis.

communication politique en ces termes : « *Pourtant cet engouement financier et politique autour de la communication politique ne s'accompagne pas d'un engouement scientifique à saisir l'objet dans toute sa complexité. Les écoles de communication ne limitant le plus souvent leur intérêt par rapport à l'objet qu'à ses aspects les plus évidents. La communication politique y occupant une place négligeable. Et quand elle fait partie du programme, l'approche reste limitée à ses aspects juridiques, discursifs et verbaux alors qu'une anthropologie de la communication politique et des cultures politiques aiderait à saisir des catégories telles que la chanson en politique, le gestuel, le vestimentaire, la numérologie, le marquage symbolique des espaces, bref les « non-dits »* »⁴⁴. Posant un diagnostic sans complaisance de la situation de la communication politique dans l'espace universitaire sénégalais, l'enseignant-chercheur lance subtilement une invite à ses collègues à se poser les vraies questions et à réfléchir sur les aspects anthropologiques, sémiologiques, numérologiques, et sur bien d'autres aspects de cette discipline. En d'autres termes, le professeur Silla en appelle à une étude approfondie des ressorts culturels de la communication en politique au Sénégal et en Afrique de façon générale. Il est évident que l'Homme politique sénégalais ne pourra jamais aller en campagne électorale ou communier avec ses concitoyens uniquement en mimant le politicien français. Le premier peut s'inspirer du second sur quelques aspects liés à la logistique et à la technique, mais il devra se baser sur sa culture pour espérer toucher le cœur et la raison des sénégalais. Lors des élections présidentielles de 2000 les sénégalais se sont plus identifiés au « *SOPT*⁴⁵ » d'Abdoulaye Wade qu'au : « *Ensemble changeons le Sénégal avec Abdou Diouf président* », proposé par le publicitaire français J. Séguéla⁴⁶.

Le Sénégal pourrait s'inspirer du Maroc en mettant en place un Master en communication politique, logé au département de science politique et un centre international de recherches et d'études en sciences de la communication politique (CIRESOP). Une revue scientifique pourrait être adjointe au CIRESOP et qui traiterait des questions multiples et diverses liées à la communication politique.

F/Méthodes de recherche.

Pour mener à bien notre travail, nous proposons trois méthodes de recherches. Nous procéderons à une recherche documentaire pour collecter toutes les données nécessaires à la

44

⁴⁵ Expression wolof signifiant le changement, slogan politique qui a accompagné toute la carrière politique d'Abdoulaye Wade, président du Sénégal 2000-2012.

⁴⁶ Un célèbre spin doctor ou docteur en image, cofondateur de l'agence communication RSCG (1970)

rédaction de notre thèse. Notre bibliographie est constituée principalement d'auteurs de renommées, nationales et internationales. Elle sera exploitée à fond.

En même temps, nous allons provoquer des échanges avec des professionnels de l'information et de la communication, avec des journalistes, avec des politiciens (pouvoir et opposition), avec les communicateurs traditionnels, avec les leaders d'opinion et membres de la société civile, et avec toutes autres personnes ressources.

Enfin, en tant qu'observateurs de la scène politique nationale et internationale, nous allons observer, analyser et interpréter les faits politiques qui sont en rapport avec notre thème de recherche.

A cette étape de nos recherches, nous sommes confrontés à des difficultés de deux ordres :

- Manque de documentation sur la communication politique au Sénégal ;
- Difficultés financières pour l'achat d'ouvrages, et pour rencontrer des personnes ressources se trouvant souvent à l'étranger, (absence de bourse d'étude).

G/Plan de recherche.

Voir le sommaire.

PREMIERE PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : TECHNIQUES ET PRATIQUES.

La communication politique comprise comme l'ensemble des interactions entre acteurs légitimes de l'espace politique, implique un déploiement de techniques et de pratiques dans le but de légitimer sa position de pouvoir, de convaincre l'opinion, d'imposer ses points de vue, de dissuader le camp adverse ou de faire prévaloir ses positions.

TITRE I : LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.

Dans une démocratie, l'espace politique est un espace de compétition avec des règles établies et équitables, où s'engagent différents acteurs avec des ambitions le plus souvent divergentes, mais et surtout, où triomphe le plus grand nombre. Cette compétition démocratique amène les uns et les autres à rivaliser d'ingéniosité, de stratégies et de techniques pour emporter le plus grand nombre de voix.

Dans une monarchie ou dans un régime autocratique, les tenants du pouvoir mettent en œuvre un ensemble de techniques pour pérenniser leur domination, la rendre souhaitable ou même allant de soi.

CHAPITRE I : LA COMMUNICATION, MOYEN DE LEGITIMATION DU POUVOIR POLITIQUE.

« *Le plus fort n'est jamais assez fort pour être toujours le maître, s'il ne transforme sa force en droit et l'obéissance en devoir* ». ⁴⁷ Cette assertion de Jean Jacques Rousseau montre à quel point il est fondamental pour l'élite dirigeante de mettre en place un système de production du consentement et d'acceptation de l'ordre politique établi de la part du peuple. Faire en sorte que les gouvernés acceptent et trouvent souhaitable de se faire diriger par les gouvernants est l'objectif de tout pouvoir politique soucieux de sa pérennité au sommet de la hiérarchie sociale et politique. Cette volonté d'éternité du pouvoir politique prend les formes de domination et de théâtralisation.

Section I : Les mises en scène ou la théâtralisation du pouvoir politique.

Quand on parle de mise en scène, on pense le plus souvent au théâtre, au cinéma, à la télévision, ou au spectacle de façon générale, impliquant obligatoirement un message, un décor, des acteurs, une chorégraphie minutieusement réglée pouvant impliquer quelques fois des incidents. Elle est définie par André Antoine (célèbre metteur en scène français) : « *l'art de dresser sur les planches l'action et les personnages imaginés par l'auteur dramatique* ». Une mise en scène agit directement sur la perception du spectateur et à ce titre, elle s'intéresse fortement à la relation entre acteurs et spectateurs. En politique, la mise en scène du pouvoir renvoie à : « *la façon dont ses détenteurs donnent à voir la nature de ce pouvoir aux yeux de ceux qu'ils gouvernent, de leurs pairs ou leurs rivaux* » ⁴⁸. La mise en scène est consubstantielle à l'exercice de tout pouvoir politique.

Quid du pouvoir politique ?

Avant de procéder à l'analyse du concept de pouvoir politique, il nous paraît judicieux de tenter d'appréhender la notion de pouvoir dans ses différentes acceptions et de lever les équivoques qui peuvent exister avec d'autres notions telles que l'autorité et la domination.

Hannah Arendt a pu distinguer le pouvoir de l'autorité en ces termes : « *Puisque l'autorité requiert toujours l'obéissance, on la prend souvent pour une forme de pouvoir ou de violence. Pourtant, l'autorité exclut l'usage de moyens extérieurs de coercition ; là où la force est employée, l'autorité proprement dite a échoué. L'autorité, d'autre part, est incompatible avec la persuasion qui présuppose l'égalité et opère par un processus d'argumentation. Là où on a*

⁴⁷ Voir sur <https://citations.ouest-france.fr/citation-jean-jacques-rousseau/fort-jamais-assez-fort-etre-18610.html>

⁴⁸ [read://https_fr.wikipedia.org/?url=https%3A%2F%2Ffr.wikipedia.org%2Fwiki%2FMise_en_sc%25C3%25A8ne_du_pouvoir_politique](https://fr.wikipedia.org/?url=https%3A%2F%2Ffr.wikipedia.org%2Fwiki%2FMise_en_sc%25C3%25A8ne_du_pouvoir_politique).

*recours à des arguments, l'autorité est laissée de côté. Face à l'ordre égalitaire de la persuasion se tient l'ordre autoritaire qui est toujours hiérarchique. S'il faut vraiment définir l'autorité, alors ce doit être en l'opposant à la fois à la contrainte par force et à la persuasion par arguments. (La relation autoritaire entre celui qui commande et celui qui obéit ne repose ni sur une raison commune, ni sur le pouvoir de celui qui commande ; ce qu'ils ont en commun, c'est la hiérarchie elle-même, dont chacun reconnaît la justesse et la légitimité, et où tous deux ont d'avance leur place fixée.) »⁴⁹. La notion d'autorité dans une relation sociale peut ici être comprise par la présence de deux éléments fondamentaux à savoir : la hiérarchie et l'acceptation de cette hiérarchie. Le phénomène d'autorité est très présent dans les loges maçonniques, et dans la religion. La figure du khalife général dans les confréries religieuses au Sénégal en est un exemple éloquent. Toutefois il faut reconnaître qu'il y a une crise de l'autorité perceptible à tous les niveaux. Le Professeur Ibrahima Silla dans son ouvrage *Introduction à la science politique* au chapitre V nous rapporte les inquiétudes Pierre-Henri Tavillon en ces termes : « ...D'un côté, en effet règne le sentiment d'impuissance face à une réalité économique, environnementale, mondiale qui devient toujours plus pesante et plus complexe : toute marge de manœuvre semble avoir disparu. D'un autre côté, l'esprit critique a tellement triomphé qu'il paraît devoir emporter inéluctablement toute velléité qu'aurait un pouvoir d'imposer quoi que ce soit. Si le chef a de l'autorité, on lui reproche d'en abuser, et s'il n'en a pas, comment peut-il être chef ? Bref, l'autorité politique est en crise, comme d'ailleurs celle du père de famille, du maître d'école, du juge, du prêtre. Le diagnostic est connu : nous vivons la fin de l'autorité »⁵⁰. Ces appréhensions de Tavillon tonnent comme un écho aux déclarations prémonitoires de Platon dans la *République* : « Lorsque les pères s'habituent à laisser faire les enfants, lorsque les fils ne tiennent plus compte de leur parole, lorsque les maîtres tremblent devant leurs élèves et préfèrent les flatter, lorsque finalement les jeunes méprisent les lois parce qu'ils ne reconnaissent plus au-dessus d'eux l'autorité de rien ni de personne, alors c'est là en toute beauté et toute jeunesse le début de la tyrannie ».*

La domination est aussi un concept différent de celui du pouvoir dans la mesure elle est une situation caractérisée par sa pérennité (domination légitime) et une « stabilité sociale » (I. Silla). Le pouvoir peut changer de titulaire (conquérir le pouvoir ou perdre le pouvoir), de formes et de connotations (pouvoir religieux, de pouvoir financier, pouvoir de séduction,

⁴⁹ Hannah Arendt : Qu'est-ce que l'autorité in *La crise de la culture* Gallimard, Coll. Idées, 1972 (p. 122)

⁵⁰ <https://univ-senegal.scholarvox.com/catalog/book/docid/88882249?searchterm=Silla,%20Ibrahima> , consulté 13/ 01/ 2022

pouvoir politique). Max Weber définit la domination comme : « *toute chance de trouver des personnes déterminables, prêtes à obéir à un ordre de contenu déterminé* »⁵¹.

Le pouvoir, du latin « Potestas » peut être défini de prime abord, comme la capacité d'agir. Ce terme polysémique est analysé par Ph. Braud sous trois postulats : du point de vue substantialiste, sous l'angle interactionniste, et dans une perspective institutionnaliste.

Le point de vue « substantialiste »⁵² de pouvoir, nous amène à le considérer comme quelque chose qu'on peut posséder ou perdre, son titulaire peut l'accroître, en faire usage et en tirer profit. Dans certaine monarchie, le souverain dispose du pouvoir absolu, de vie ou de mort sur ses sujets. Il dispose du pouvoir de...et personne ne le lui conteste. Même dans certaines républiques, et selon les constitutions, le Président de la République dispose du pouvoir suprême. Le Pr Silla, reprenant Jean-Vincent Holeindre nous apprend que ce type de pouvoir est binaire et pyramidal :

- Il est binaire parce qu'il implique un groupe qui possède le pouvoir et un autre qui ne le possède pas ;
- Il est pyramidal parce que l'élite qui est au sommet et qui décide pour le peuple est de loin plus petite.

Analysé sous l'angle interactionniste, le pouvoir se présente comme une relation de domination entre les Hommes.

M. Foucault s'insurge contre la conception substantialiste du pouvoir et le définit en ces termes : « *le pouvoir n'est pas quelque chose qui s'acquiert, s'arrache ou se partage, quelque chose qu'on garde ou qu'on laisse échapper ; le pouvoir s'exerce à partir de points innombrables, et dans le jeu de relations inégalitaires et mobiles* »⁵³. Ici on parle de pouvoir sur... ou de relation de pouvoir, par exemple entre un parent et son enfant, un officier et son subalterne, un entraîneur et son équipe, le législateur et les citoyens. Il est d'avis que le pouvoir suprême est nourri, entretenu et soutenu par des réseaux de « micro-pouvoirs » présents dans toutes les sphères de la société et interagissant entre eux. Cette conception de M. Foucault du pouvoir peut être assimilée au clientélisme politique au Sénégal.

Pour étayer la conception interactionniste du pouvoir, le politologue américain R. Dahl le considère comme : « *la capacité d'une personne A d'obtenir qu'une personne B fasse quelque chose qu'elle n'aurait pas fait sans l'intervention d'A* ».

⁵¹ Max Weber, op. cit., p. 8

⁵² Philippe Braud, « Du pouvoir en général au pouvoir politique », chapitre VI, in M. Grawitz et J. Leca, Traité de science politique, Paris, PUF, 1985, p. 335-394

⁵³ Dits et écrits, t.III, éd. Gallimard, "Bibliothèque des sciences humaines", 1994, p. 794

M. Crozier, à l'instar de M. Foucault, insiste sur le fait que « *le pouvoir est une relation et non un attribut des acteurs* ».

Cette perspective relationnelle est aussi celle de Max Weber : « *Le pouvoir est toute chance de faire triompher, au sein d'une relation sociale, sa propre volonté, même contre des résistances ; peu importe sur quoi repose cette chance* »⁵⁴.

Enfin, nous avons l'approche institutionnaliste du pouvoir, qui conduit à identifier le pouvoir à l'Etat, au gouvernement, et au pouvoir public.

Ces trois déclinaisons du pouvoir dans le cadre de la perspective institutionnaliste peuvent être regroupées sous le vocable de : pouvoir politique.

Dans le lexique de science politique des éditions DALLOZ, il est ainsi défini : « *Le pouvoir politique concerne précisément les relations coercitives s'exerçant au nom des affaires collectives (celles qui concernent la société dans son ensemble). Il s'appuie le plus souvent sur une conception du bien commun. Il suppose l'existence d'une forme de gouvernement et s'exerce dans le cadre d'un territoire et sur une population donnée* »⁵⁵. Le concept de pouvoir politique a été analysé sous plusieurs angles selon les époques et selon les auteurs. Pour Jean Jacques Rousseau, le pouvoir politique trouve son fondement dans le *contrat social*, qui peut être considéré comme le pacte par lequel les membres du groupe acceptent de sortir de l'état de nature pour intégrer la vie en société. Dans la pensée de Rousseau, le pouvoir politique ne s'inscrit pas dans une logique de dualité ou d'opposition avec le peuple, mais doit au contraire résulter de la volonté populaire pour garantir la sécurité et la liberté de tous. Les Hommes en acceptant de vivre en société selon les termes du *contrat social*, se sont aliénés au profit de la communauté. De cette association est née la Cité (autrefois) ou la République dont les dirigeants sont nommés par le groupe. La légitimité de ce pouvoir politique ne fait point de doute. La théorie du pacte social se retrouve aussi dans la pensée hobbesienne. Thomas Hobbes pense que le pouvoir politique incarné par le Léviathan est le résultat d'un pacte signé entre les membres du groupe pour quitter l'état de nature et vivre en société. Car dans l'état de nature, l'Homme est un loup pour l'Homme, c'est la guerre de tous contre tous, et le spectre du chaos plane sur le groupe de façon permanente. Pour sortir de cette situation chaotique, où la sécurité de chaque individu est menacée, les Hommes décidèrent de confier leur pouvoir parcellaire à un être supérieur, véritable Dieu mortel, doté d'un pouvoir absolu pour régner et faire régner l'ordre dans la société. Contrairement à Rousseau, chez Hobbes le pouvoir

⁵⁴ <https://le-politiste.com/la-domination/>, 15/02/ 2022.

⁵⁵ Lexique de science politique : Vie et institutions politiques, Ed. 4, Dalloz, 2017

politique issu du contrat social doit disposer d'une puissance inouïe pour s'exercer sur le peuple sans coup férir.

Max Weber écrit : « *l'État est cette communauté humaine qui, à l'intérieur d'un territoire déterminé (...) revendique pour elle-même et parvient à imposer le monopole de la violence physique légitime* »⁵⁶. Cette légitimité ne peut avoir lieu sans la reconnaissance de sa nécessité pour le bon fonctionnement de la communauté. En effet, ce n'est pas uniquement par peur de la répression militaire ou policière que les gouvernés acceptent le règne des gouvernants, ce n'est pas non plus seulement pour des raisons économiques que les prolétaires ont accepté la domination des bourgeois (Marx et Engels) ce n'est pas enfin uniquement par peur de la punition que l'enfant obéit à ses parents. En réalité, et dans la plupart des cas si les dominés acceptent leur situation, c'est parce qu'ils la jugent comme normal, allant de soi et conforme à l'ordre des choses.

Pour expliquer cette adhésion à l'ordre politique établi, Marx et Engels pensent que : « *les pensées de la classe dominante sont aussi, à toutes les époques, les pensées dominantes* »⁵⁷.

Max Weber pour sa part est d'avis que : « *les agents peuvent accorder à un ordre une validité légitime en vertu de la tradition (validité de ce qui a toujours été), en vertu d'une croyance d'ordre affectif [...] (validité de la nouvelle révélation ou de l'exemplarité), en vertu d'une croyance rationnelle en valeur (validité de ce que l'on a jugé comme absolument valable), en vertu d'une disposition positive, à la légalité de laquelle on croit* »⁵⁸.

Pierre Bourdieu, à l'instar des auteurs précités, apporte une explication originale à l'adhésion des dominés à leur propre domination. L'originalité de sa pensée tient du concept de « *violence symbolique* », qui désigne toutes les formes pacifiques de légitimation de l'ordre politique existant. Cette expression peut être expliquée en deux temps : violence, parce qu'il y a cette volonté de « faire connaître », « faire voir », d'imposer par des méthodes douces une vision, une réalité. Symbolique, parce qu'elle s'exerce dans la sphère des signes et symboles. Et Bourdieu de définir la violence symbolique comme : « *cette coercition qui ne s'institue que par l'intermédiaire de l'adhésion que le dominé ne peut manquer d'accorder au dominant (donc à la domination) lorsqu'il ne dispose, pour le penser ou, mieux, pour penser sa relation avec lui, que d'instruments de connaissance qu'il a en commun avec lui et qui, n'étant que la forme incorporée de la structure de la relation de domination, font apparaître cette relation comme naturelle ; ou, en d'autres termes, lorsque les schèmes qu'il met en œuvre pour se*

⁵⁶ Weber Max, La politique comme profession et vocation, Paris, La Découverte, 2003, p 118

⁵⁷ Marx & Engels, L'Idéologie allemande, Paris, Éditions sociales, 1976 p. 44

⁵⁸ Weber Max, Économie et Société/1. Les catégories de la sociologie, Paris, Pocket, 1995.

*percevoir et s'apprécier ou pour apercevoir et apprécier les dominants (élevé/bas, masculin/féminin, blanc/noir, etc.) sont le produit de l'incorporation des classements, ainsi naturalisés, dont son être social est le produit ».*⁵⁹ A travers cette définition, nous pouvons comprendre que l'être humain n'est que le reflet de la société dans laquelle il est né, et dans laquelle il vit. Sa perception du monde, de ses relations avec les autres membres du groupe, les actes qu'il pose, sa façon d'être et de se comporter ne sont en définitive que le résultat des valeurs, croyances, et traditions qui lui ont été inculquées par le biais de l'éducation. Karl Marx n'a-t-il pas dit que : « *Ce n'est pas la conscience des hommes qui déterminent leur existence, c'est au contraire leur existence sociale qui détermine leur conscience* ». Cette existence sociale est quantifiée et codée dans un ensemble et transmise par l'éducation.

La violence symbolique, appliquée au domaine du politique, nous renvoie à la mise en scène du pouvoir politique. L'objectif est le même : créer de façon douce, à la limite, naturellement l'adhésion des dominés à la domination politique en vigueur. Car, chez Bourdieu le pouvoir est symbolique et porteur de symbole.

Le symbole occupe une place très importante dans la pensée politique de J.J. Rousseau.

Patrice Canivez⁶⁰, dans un exposé intitulé *J.-J. Rousseau et le symbolisme du pouvoir* a démontré la place centrale du symbole dans la communication politique. Il écrit : « *Le symbole, chez Rousseau, est un acte de communication qui donne à penser en donnant à voir. Il agit sur l'interlocuteur de deux façons différentes qui peuvent être complémentaires. D'une part, il donne à la communication un maximum de force en condensant la signification dans un geste, une chose ou une image. D'autre part, il crée chez l'interlocuteur la disposition d'esprit adéquate pour comprendre et accepter le discours qui lui est adressé. Le point commun à ces deux modalités du symbole comme acte, c'est qu'elles relèvent de la persuasion plutôt que de la conviction, de la force de l'expression plutôt que de l'argumentation* »⁶¹. Dans son livre *Essai sur l'origine des langues*, Rousseau explique en quoi la langue du geste est plus facile, plus percutante et plus efficace que celle de la voix. Il y affirme que les figures sont plus expressives et disent beaucoup plus en moins de temps que les paroles. C'est certainement la raison pour laquelle, selon Rousseau, ce que les anciens disaient vivement, ils ne l'exprimaient pas par des mots, mais plutôt par des signes, ils ne le

⁵⁹ Bourdieu Pierre, *La Domination masculine*, Paris, Seuil, 1998, p 41.

⁶⁰ Agrégé et docteur en philosophie, Patrice Canivez est professeur de philosophie morale et politique à l'Université Lille-3 où il dirige l'Institut Eric Weil.

⁶¹ Patrice Canivez. Jean-Jacques Rousseau et le symbolisme du pouvoir. Marie-Madeleine Castellani et Fiona McIntosh-Varjabédian. Représenter le pouvoir. Images du pouvoir dans la littérature et les arts, 28, P.I.E. Peter Lang, pp.409-421, 2014, Comparatisme et société, 978-2-87574-179-0. fhal-01091389f

désignaient pas, mais ils le montraient. Toujours selon lui, l'on parle bien mieux aux yeux qu'aux oreilles. C'est sans doute tout le sens qu'il faut donner à l'adage : « *mieux vaut voir une fois que d'entendre 100 fois* ». L'idéal rousseauiste de la communication immédiate tient à un discours qui aurait à la fois la rigueur du raisonnement et la force expressive des gestes. Il s'agit de convaincre en même temps par les raisons et par les images.

Ce que nous pouvons retenir dans un premier temps à propos du symbole et de l'expression du sens, c'est que les gestes, les figures, les images parlent plus et mieux que les mots. Autrement dit, une image vaut mille mots. En guise d'illustration, le philosophe français nous raconte l'histoire du roi Darius en ces termes : « *Darius engagé dans la Scythie avec son armée reçoit de la part du Roi des Scythes une grenouille, un oiseau, une souris et cinq flèches : le héraut remet son présent en silence et part. Cette terrible harangue fut entendue, et Darius n'eut plus grande hâte que de regagner son pays comme il put. Substituez une lettre à ces signes, plus elle sera menaçante, moins elle effraiera : ce ne sera plus qu'une gasconnade dont Darius n'aurait fait que rire* »⁶².

Par ailleurs, le symbole (images, figures) détient cette formidable faculté de rendre présent symboliquement celui ou ce qui est absent physiquement et de réussir la prouesse de confondre le représentant et le représenté. La photo officielle du président de la République accrochée dans tous les services de l'Etat vient de cette volonté de rappel et d'affirmation de son autorité et de son pouvoir politique.

La relation entre le symbolisant et le symbolisé n'est jamais fortuite ou arbitraire dans la mesure où le premier montre toujours la réalité intrinsèque ou l'essence même du second. Un symbole traduit une vision, un esprit, une réalité matérielle ou immatérielle. La Déesse Thémis représente parfaitement la justice grâce aux nombreux attributs qui lui sont associés. Elle est généralement représentée avec une épée ou un glaive à la main, symbole du châtiment, une balance dans l'autre, pour l'équilibre qu'elle maintient et les yeux bandés en signe d'impartialité.

Au Sénégal, le Président Abdoulaye Wade dans une volonté de symboliser le réveil de l'Afrique a décidé en 2009 d'ériger sur un des volcans coniques de la commune de Ouakam une architecture monumentale de 52 mètres, dénommée : *Monument de la Renaissance Africaine*. Elle représente un homme aux muscles saillants, torse nu, qui porte sur son bras gauche un enfant tout en enveloppant de l'autre, une femme. L'auteur, Me Wade a expliqué en ces termes tout le symbole que revêt son œuvre : « *L'homme, la femme et leur enfant feront*

⁶² Essai sur l'origine des langues, chapitre I, « Des divers moyens de communiquer nos pensées », Œuvres complètes, T. V, Paris, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, 1995, pp. 376-377.

face au soleil, symbolisant l'ouverture du continent au reste du monde. C'est une force de propulsion et d'attraction dans la grandeur, la stabilité et la pérennité de l'Afrique ». Et pour marquer de façon indélébile l'esprit des visiteurs et particulièrement celui des jeunes, le Président Wade décida d'inscrire sur la devanture du monument ce message destiné à la jeunesse africaine : « *Jeune d'Afrique et de la diaspora, si un jour tes pas te portent au pied de ce monument, pense à tous ceux qui ont sacrifié leur liberté ou leur vie pour la renaissance africaine.* »

Ces exemples cités, montrent de façon indéniable la puissance du symbole dans les interactions sociales en général, et politiques en particulier.

L'autre fonction du symbolisme, toujours dans la pensée politique rousseauiste est de préparer l'esprit de l'interlocuteur ou du spectateur à recevoir, décoder et accepter le message qu'il véhicule. Pour se faire, la qualité du message (direct et clair), le choix du lieu et du moment revêtent une importance capitale. Généralement les mises en scène du pouvoir politique se font dans des lieux dédiés (cour royale, palais de la République, place de la nation) et à l'occasion d'événements nationaux institutionnalisés, tels que les fêtes données en l'honneur du souverain, les défilés militaires lors de la célébration de la fête d'indépendance, la prestation de serment du Président de la République, etc.

Les travaux de Patrice Canivez sur le symbolisme du pouvoir chez J.J. Rousseau ont aussi fait ressortir les fonctions théologico-politiques du symbolisme religieux et identitaire et du symbolisme culturel.

La fonction théologico-politique du symbolisme religieux a pour objectif de fonder l'unité du peuple autour de valeurs sacrées. Il s'agit de sacraliser le contrat social pour que nul, au sein du groupe, ne pense à le remettre en cause. A défaut de pouvoir sceller l'unité et la cohésion nationale autour d'une seule religion comme le christianisme, l'islam ou le judaïsme, le symbolisme politique prône une autre religion civile basée sur des dogmes assez simples et généraux, admissibles par tous les membres de la société sans distinction d'obédience. Cette religion, ciment de commun vouloir vivre ensemble n'est pas incompatible avec les religions révélées précitées dans la mesure où elle a pour principes fondamentaux : « *l'existence de la divinité (...), la vie à venir, le bonheur des justes, le châtement des méchants, la sainteté du contrat social et des lois* ». ⁶³ Dans les démocraties modernes, la constitution est considérée comme la loi fondamentale de la république, elle est sacrée. Michel Verpeaux dira de la constitution qu'elle a : « *une valeur symbolique autant qu'une valeur juridique de règle*

⁶³ Cf. Du contrat social, Livre IV, chapitre VIII, « De la religion civile », o.c., p. 468.

*suprême, car elle justifie la fondation d'un Etat »*⁶⁴. Sa modification ou toute autre action la concernant obéit à des règles strictement définies. Au Sénégal et dans plusieurs africains, l'on a l'habitude de voir les opposants aux pouvoirs scander le slogan « *touche pas à ma constitution* » face à la volonté de la majorité de tripatouiller la charte fondamentale pour assouvir des desseins politiques illégaux et illégitimes. Cette opposition énergique, virulente et souvent populaire montre parfaitement le caractère sacré de la loi suprême. Emile Durkheim, opérant une dichotomie entre le profane et le sacré au sein de la société affirme : « *La chose sacrée, c'est, par excellence, celle que le profane ne doit pas, ne peut pas impunément toucher* ». ⁶⁵

L'autre aspect du symbolisme du pouvoir chez J.J. Rousseau est la fonction identitaire du symbolisme culturel. Ici il s'agit moins de construire l'unité de la nation autour de lois ou valeurs sacrées, que de créer une idée ou une réalité culturelle à laquelle s'identifient tous les membres du groupe pour des siècles et des siècles. Patrice Canivez écrit : « *Il s'agit de cristalliser un sentiment d'appartenance collective autour d'une représentation symbolique de la nation. Il s'agit aussi de fonder la loyauté politique et l'accomplissement des devoirs civiques sur un sentiment patriotique, et pas seulement sur une adhésion de la raison* ». ⁶⁶

Aux Etats-Unis, la présence du drapeau américain flottant à la devanture de presque toutes les maisons (phénomène noté surtout dans les Etats du sud conservateurs) traduit un sentiment fort d'appartenance à la nation américaine.

Au Sénégal, la nation a été bâtie par les pères fondateurs autour de symboles forts liés à la république, à la culture, à l'histoire, et à la religion.

Il existe plusieurs symboles de la république dont la devise, le drapeau national, et l'hymne national. La devise du Sénégal : Un peuple-Un but -Une foi, traduit : « traduit notre volonté de vie commune, c'est-à-dire notre volonté (Une Foi), d'Unité (Un Peuple), pour la Construction nationale (Un But). »⁶⁷. Le drapeau tricolore est composé de la couleur verte (symbole de la bannière du prophète Mohamed P.S.L, de l'espérance chez les chrétiens et de la fécondité pour les animistes), de la couleur or (symbole de la richesse) et de la couleur rouge (symbole du sang et du sacrifice consenti par la nation sénégalaise). L'étoile verte à cinq branches au milieu du drapeau symbolise l'ouverture du Sénégal aux cinq continents. L'hymne national est l'œuvre du Président Senghor, premier Président de la République et

⁶⁴ https://cours.unjf.fr/repository/coursefilearea/file.php/64/Cours/02_item/index10.htm

⁶⁵ E. Durkheim, les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie, Paris, PUF, 2008.

⁶⁶ Patrice Canivez, op.cit.

⁶⁷ <https://www.sec.gouv.sn/symbolique-nationale>, consulté le 06/05/ 2020.

père de la nation. Il évoque : «...le thème de la joie née de l'indépendance, celui de l'union nationale par le dépassement des diversités régionales ; le thème de l'enracinement dans nos valeurs et de l'ouverture aux autres et à la modernité, celui de notre gloire passée évoquée moins pour alimenter un nationalisme ombrageux que pour servir un idéal de générosité, de paix, de travail de dialogue, d'unité et de fraternité africaines sans discrimination de races ou de langues, avant de se terminer par une proclamation : le serment de défendre la Patrie dans l'union et la détermination, voire jusqu'à la mort devant tous les dangers.. »⁶⁸. L'hymne national représente parfaitement le socle sur lequel est fondée la nation sénégalaise.

Le professeur Alioune Badara Diop, dans son ouvrage, *Le Sénégal une démocratie du Phénix ?* évoque un « consensus fondateur ou un modèle islamo-wolof pour l'Etat nation ? ». En d'autres termes, le modèle islamo-wolof serait-il un symbole d'unité nationale au Sénégal ? Reprenant le professeur Mamadou Diouf, il écrit « Mamadou Diouf présente l'islam et le Wolof comme des référents historiques majeurs qui, à côté de la logique d'acculturation coloniale, participent du processus de production symbolique de l'Etat. Son modèle islamo-wolof secrète le mode dominant d'énonciation du politique et fournit les répertoires essentiels et efficaces de la rhétorique légitimatrice du pouvoir d'Etat. A l'abri de toute concurrence, le modèle a acquis le droit historique de structurer l'idiome du politique, d'écrire les règles de la grammaire de ce pouvoir, d'isoler les récits épiques qui jalonnent le processus historique de la construction nationale, d'inspirer les fictions maîtresses de l'unité nationale. Il est en définitive ce qu'on pourrait appeler (par analogie avec la religion perçue chez Mauss comme un phénomène social total) un référent politique total qui définit tout à la fois la nation, l'identité nationale, et la citoyenneté. »⁶⁹ Le Wolof est la langue la plus parlée au Sénégal, il fait office de langue véhiculaire. L'islam est la religion de près de 95% de sénégalais. On peut dès lors comprendre que ce couple (islam-wolof) puisse jouer un rôle important dans la construction de la nation sénégalaise. L'hégémonie du Wolof sur les autres langues nationales a atteint des proportions telles que sa non maîtrise peut devenir un facteur d'exclusion sociale. Autrement dit, ceux qui ne parlent pas Wolof dans la société sénégalaise sont désignés par le sobriquet de *lakakat* (locuteur non wolof). On peut dire que c'est la version tropicalisée du mythe athénien de l'autochtonie (Alioune B Diop 2009), désignant comme barbare tout peuple qui n'appartient pas à la civilisation gréco-romaine.

Des figures historiques et emblématiques de la résistance face aux colonisateurs français ont contribué à forger la nation sénégalaise autour de valeurs morales sacrées telles que le Djiom,

⁶⁸ <http://www.sapco.sn/info-sur-le-senegal>, consulté le 07/05/2020.

⁶⁹ Alioune B Diop, *Le Sénégal, une démocratie du phénix ?* CREPOS-KARTHALA, 2009, p 299-300

le Fit, le Ngor etc. Parmi elles nous pouvons citer Latdjior Ngoné Latyr, Alboury Ndiaye, Thierno Souleymane Baal, Aline Stoé Diatta et tant d'autres.

Dans le domaine de la spiritualité et de la religion, des érudits tels que Cheikh Ahmadou Bamba, El Hadji Malick Sy, Elhadji Ibrahima Niass, le Cardinal Thiandoum, pour ne citer que ceux-là, constituent des valeurs sûres et des références pour tous les sénégalais. Ils sont célébrés et cités en exemple pour les jeunes générations.

L'équipe nationale de football constitue sans aucun doute un symbole d'unité nationale. L'on se rappelle encore la forte mobilisation de tous les sénégalais, qui comme un seul Homme faisait figure de douzième Gaindé⁷⁰ pour pousser les onze autres sur les pelouses des stades japonais et sud-coréens. Plus récemment, après le sacre continental du 6 février 2022 les sénégalais, dans leur diversité, se sont reconnus à travers leur équipe nationale. Les politiques se sont donné la main, laissant de côté leurs antagonismes pour réserver un accueil mémorable aux lions du football.

La gastronomie n'est pas en reste, tous les sénégalais (ou presque) s'identifient à notre mets national qui est le Thiébou Djeune, désormais admis au patrimoine culturel de l'UNESCO. Ce plat, fait à base de riz et de poisson fait partie incontestablement de l'identité culturelle sénégalaise.

L'importance des signes et symboles (figures, images, valeurs, discours, monuments) n'est plus à démontrer dans la construction, la consolidation et la pérennisation de l'unité d'un peuple. Georges Balandier dira à cet effet dans *Anthropologie politique* : « *Le pouvoir et les symboles qui lui sont attachés donnent à la société les moyens d'affirmer sa cohésion interne et d'exprimer sa personnalité, les moyens de se situer et de se protéger vis-à-vis de ce qui lui est étranger* ». ⁷¹

Les symboles permettent également de représenter le pouvoir politique des Rois et Présidents de République. La mise en scène du pouvoir politique peut être considérée comme la manipulation des symboles du pouvoir aux fins de l'intégrer dans l'inconscient populaire pour produire un consentement naturel. Elle peut revêtir plusieurs formes, selon qu'on soit dans une monarchie ou une république, dans un régime démocratique ou autocratique et également selon le lieu où a lieu la mise en scène.

Toute mise en scène du pouvoir politique implique forcément un décor. Le palais royal ou impérial est assurément l'endroit le plus indiqué à « l'expression artistique » du pouvoir politique. A ce sujet, le château de Versailles construit par le Roi Louis XIV demeure un chef

⁷⁰ Lion en Wolof, emblème de l'équipe nationale de football

⁷¹ Balandier G. *Anthropologie politique*, Paris, PUF, 1967, p 44

d'œuvre architectural unique dans son genre. Le Roi, en transformant un simple pavillon de chasse en palais majestueux a voulu faire d'une pierre deux coups. D'abord, Louis XIV a utilisé Versailles pour affirmer son autorité et témoigner de sa puissance aux yeux de tous. Le château est orné de représentations de la figure royale par l'intermédiaire d'un programme iconographique rigoureux : il se fait représenter sous les traits d'Apollon (dieu du soleil et des arts) pour alimenter son image de « *roi-soleil* ». Le château de Versailles demeure incontestablement le symbole de la monarchie absolue de Louis XIV.

C'est pour cette raison que J.J. Rousseau avait donné ces quelques conseils aux polonais, dans son ouvrage intitulé *Considérations sur le gouvernement polonais* ces quelques conseils : « *Ne négligez pas une certaine décoration publique ; qu'elle soit noble, imposante, et que la magnificence soit dans les hommes plus que dans les choses. On ne saurait croire à quel point le cœur du peuple suit ses yeux et combien la majesté du cérémonial lui en impose. Cela donne à l'autorité un air d'ordre et de règle qui inspire la confiance et qui écarte les idées de caprice et de fantaisie attachées à celle du pouvoir arbitraire* ». ⁷² Le château de Versailles continue encore aujourd'hui de symboliser la grandeur de la France à travers le monde. C'est dans ses lambris dorés que le Président E. Macron a reçu, au lendemain de son installation, le Président du pays le plus grand d'Europe, V.V. Poutine. Le jeune président, fraîchement élu, voulait sans doute se mettre dans la peau du Roi Soleil face au puissant Tsar de la Russie moderne, pour traiter d'égal à égal. Toujours est-il que ce joyau du XVIII^e siècle, visité par des millions de touristes chaque année, demeure une fierté pour tous les français.

Les mises en scène du pouvoir politique peuvent aussi avoir pour cadre des lieux publics symbolisant l'accession à l'indépendance ou tout autre événement ayant marqué la marche de la nation. On parlera de place de l'indépendance, de place de la nation, etc... L'essentiel est de créer les conditions pouvant permettre à des milliers voire des millions de personnes d'assister aux représentations du pouvoir.

La nature du message détermine forcément la théâtralisation du pouvoir politique. Dans une monarchie le souverain démontre sa légitimité, les pièces qui sont jouées magnifient la figure du Roi. Dans une république, les aspirants dirigeants passent forcément par l'étape de la campagne électorale pour convaincre de leur aptitude à gouverner. Une fois au pouvoir, les représentations mettent l'accent sur le respect des aspirations égalitaires des citoyens. Toutefois, dans une monarchie comme dans une république les commémorations, les fêtes en

⁷² Patrice Canivez. Jean-Jacques Rousseau et le symbolisme du pouvoir. Marie-Madeleine Castellani et Fiona McIntosh-Varjabédian. Représenter le pouvoir. Images du pouvoir dans la littérature et les arts, 28, P.I.E. Peter Lang, pp.409-421, 2014, Comparatisme et société, 978-2-87574-179-0. fffhal-01091389f.

l'honneur d'une personnalité nationale ou étrangère, les défilés des forces de défense, et de sécurité, etc., constituent des pièces importantes de la représentation scénique du pouvoir politique.

A : les mises en scène du pouvoir monarchique.

Le pouvoir monarchique, pouvoir héréditaire a toujours été l'objet de rituels allant de la célébration de la naissance du prince, en passant par son sacrement jusqu'à ses obsèques. C'est un ensemble de scénarios bien ficelés, transmis à travers les générations, dont l'objectif est de démontrer la légitimité du pouvoir du monarque. Beaucoup d'anthropologues occidentaux se sont intéressés aux rituels des funérailles et d'intronisation des rois dans les sociétés traditionnelles africaines. C'est ainsi que le Dr Drucker-Brown Suzan, anthropologue américaine, nous raconte dans un récit publié dans la revue *journal des africanistes*, les rites des funérailles et intronisation chez les Mamprussi⁷³ auxquelles elle a pu assister entre 1985 et 1986. Nous proposons un extrait du résumé de cet article : « *Les rois mamprusi sont élus selon le principe d'une succession linéaire par rotation et ne se succèdent jamais de père en fils. La compétition est donc grande et l'interrègne est marqué par une forte tension et une véritable guerre entre les candidats à la royauté. Cette période est caractérisée par un désordre généralisé, qui rend tous les Mamprusi vulnérables. Le palais est détruit et les regalia sont dispersés. Une fois élu, le nouveau roi est soumis à une série de rites de passage : réclusion, purification, réintégration dans la société. Mais ce rituel est également remarquable par la manière dont il négocie la violence potentielle contenue dans la situation créée par la mort du roi* ». ⁷⁴ Par cette description succincte de l'intronisation du nouveau roi Mamprusi, nous pouvons tirer plusieurs enseignements.

Si la vacance du pouvoir crée un désordre et une instabilité sociale chez les Mamprusi, l'Angleterre du XVI et XVII siècle a théorisé la symbolique des deux corps du monarque pour pallier le vide institutionnel, consécutif à la mort du roi. P. Aldrin et N. Hubé, dans leur ouvrage *introduction à la communication politique*, encadré 2, nous rapporte que l'allemand Ernest Kantorowicz a étudié la fiction des deux corps du roi dans son ouvrage, *les deux corps du roi* (Paris, Gallimard 1989). L'idée qui est ici développée est que le roi posséderait deux corps. Un corps périssable, imparfait, symbolisant son aspect physique donc mortel et un autre corps immortel, parfait et qui serait l'incarnation du royaume. Cette fiction était tellement ancrée dans les mœurs politiques de l'Angleterre de cette époque, que les puritains

⁷³ Les Mamprusi sont une population d'Afrique de l'Ouest vivant au Ghana, au Togo, et au Burkina Faso.

⁷⁴ Drucker-Brown Suzan. Funérailles et intronisation d'un roi Mamprusi. In : *Journal des africanistes*, 1988, tome 58, fascicule 1.pp. 75-94 ;

ont fait exécuter en 1649 le corps mortel du roi Charles Premier pour, disent-ils, défendre le corps politique de la monarchie. Le disciple de Kantorowicz, Ralph Giesey dans son ouvrage *les rois ne meurent jamais* (Paris, Flammarion, 1987) va interpréter la célèbre formule prononcée en France à la mort du roi : « *le roi est mort, vive le roi* », comme une application de la fiction des « *deux corps du roi* ». En effet, il ne saurait y avoir de vacance du pouvoir, par ce cri traditionnel, la dignité de roi est transmise du défunt roi à son successeur sans interruption. Dans le cortège funéraire le cercueil du roi est surmonté d'un mannequin effigie de bois et de cire qui représente le roi vivant et porte les attributs (regalia) du pouvoir royal.⁷⁵ Comme nous pouvons le constater, l'intronisation et la mort du roi constituent des moments importants dans la vie politique d'une monarchie. Dans certaines sociétés, la mort du roi ouvre une période de vives tensions, ce qui donne au futur pouvoir, par qui l'ordre et la stabilité vont revenir, une légitimité anticipée. Dans d'autres civilisations en revanche, la légitimité du pouvoir, synonyme de la stabilité politique, n'est jamais interrompue, le roi ne meurt jamais, car il incarne en même temps le royaume.

La représentation iconographique du monarque reflète ses attributs mais aussi le message qu'il entend transmettre à ses sujets. Il existe plusieurs types de monarques : le monarque chef de guerre, le monarque père des sujets, pour ne citer que ceux-là.

Pour analyser un prototype de représentation artistique du monarque chef de guerre, nous avons choisis d'évoquer Napoléon Bonaparte ou Napoléon 1^{er}, premier empereur des français (du 18 mai 1804 au 6 avril 1814 et du 20 mars au 22 juin 1815), général des armées et chef de guerre d'une dimension rarement égalée dans l'histoire de l'humanité.

Redoutable chef de guerre, fin stratège, il s'est forgé à travers ses conquêtes une réputation mondiale de grand conquérant. L'iconographie de Napoléon a connu des formes et des aspects variés selon les différentes étapes de sa riche carrière politique et militaire. Les représentations peintes, les gravures, les sculptures du général, premier consul, empereur ont été réalisées de son vivant à des fins de propagande et d'éternité. Plusieurs portraits de Bonaparte ont été réalisés durant sa jeunesse ou quand il était officier de l'armée française par des peintres qui généralement ne l'ont jamais vu, mais qui voulaient à tout prix évoquer dans leurs œuvres artistiques ce héros des armées. Il faut préciser que la propagande qui visait à mettre en exergue les victoires du général tout en occultant ses revers était conduite de main de maître depuis le sommet de l'empire. Des concours étaient organisés pour détecter les meilleurs talents capables de reproduire les hauts faits d'armes de l'empereur Napoléon 1^{er}.

⁷⁵ALDRIN Philippe (Auteur) HUBE Nicolas (Auteur), Introduction à la communication politique, Paru le 15 septembre 2017 Manuel (broché), encadré 2

C'est ainsi que plusieurs tableaux ont été peints représentant l'empereur dans les divers champs de bataille, en compagnie de ses généraux, ou dans le feu de l'action. Toutes ces œuvres artistiques avaient fondamentalement pour but de présenter l'empereur sous les traits d'un grand chef de guerre habile au combat. Ainsi il pouvait susciter crainte et déférence dans son pays et à l'extérieur.

D'autres représentations de l'empereur existent sous forme de statues. Bien des années après sa mort, Napoléon est célébré et sa légende perpétuée à travers d'œuvres artistiques très populaires.

Le monarque peut aussi avoir la posture de *père des sujets*, ou *commandeur des croyants*, son iconographie tranche nettement d'avec celle du monarque belliqueux.

Dans le sultanat du Maroc, la fête du trône célébrée le 31 juillet de chaque année et qui commémore l'accession du roi Mohamed VI au trône est incontestablement le moment où le pouvoir chérifien se met en scène devant ses sujets pour démontrer toute son autorité.

A l'origine la fête du trône était une initiative de jeunes nationalistes marocains et était désignée sous les vocables de *fête de l'accession*, *fête du Sultan*, ou *fête nationale*, l'intitulé n'étant pas encore fixé. L'idée, pour ces jeunes, était de réunir la nation marocaine au-delà de toutes les différences sociales, culturelles et même religieuses, autour de symboles forts.⁷⁶ Après l'indépendance et surtout avec l'accession de Hassane II sur le trône de ses ancêtres, la célébration de la fête du trône va changer de cap pour magnifier et renforcer les pouvoirs du sultan au détriment de la nation. Le successeur de Mohamed V va mettre en place une liturgie dont l'objectif est de véhiculer des messages politiques, réaffirmer la centralité de son pouvoir politique, et sa toute-puissance sur les autres corps prestigieux de l'armée et de la société.

La fête du trône est marquée par plusieurs événements et la présence de plusieurs objets les uns aussi riches que les autres en symbole.

Pendant la célébration de la fête du trône, le roi porte un costume majestueux beige doré, et s'élève au-dessus de ses sujets en s'installant fièrement sur la selle de son étalon. Derrière lui, un descendant d'esclave noir dresse un grand parasol au-dessus de la tête du souverain.

Ce parasol, sujet à plusieurs interprétations, est devenu l'emblème le plus significatif du pouvoir monarchique. Certains auteurs comme Jocelyne Dakhli⁷⁷ assimile la monarchie marocaine au *pouvoir du parasol*, du fait de l'importance de cet instrument dans la

⁷⁶ <<http://books.openedition.org/cjb/1104>>. ISBN : 9791092046304. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.cjb.1104>.

⁷⁷ Jocelyne Dakhli, est une historienne et anthropologue franco-tunisienne. Directrice d'études à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), Jocelyne Dakhli est également codirectrice des Annales de l'EHESS.

représentation iconographique du pouvoir monarchique. L'ombrelle a toujours accompagné les rois du Maroc dans leurs sorties officielles, ce qui fait dire à J Dakhlija « *Il est cependant bien attesté que la possession et l'usage du parasol sultanien entrent dans l'exercice même des prérogatives régaliennes et constituent une preuve de légitimité.* »⁷⁸ Comme pour mettre un terme aux mille et une interprétations de la présence du parasol dans le dispositif royal, le roi Hassane II (1961-1999) dans ses mémoires a écrit que : « *si le parasol était le symbole de la royauté marocaine, beaucoup de gens s'y étaient mis à l'ombre alors que lui-même demeurait exposé au feu du soleil.* »⁷⁹ L'on peut dès lors, à partir de cette boutade du souverain, analyser l'ombrelle comme le symbole d'une monarchie protectrice de ses sujets ainsi que des réfugiés. Qui mieux que le roi pour interpréter un des attributs les plus importants de son pouvoir ? Le Maroc a été une terre d'asile pour beaucoup de juifs traqués et persécutés par les nazis.

Nous pouvons en guise de conclusion noter que sous Hassane II la fête du trône est passée de rituel célébrant l'unité nationale à un rituel d'autoglorification du pouvoir monarchique.

Ces fictions d'autocélébration peuvent, aussi paradoxale que cela puisse être, être retrouvées dans une république.

B Les mises en scène du pouvoir dans une république démocratique.

Dans un régime démocratique la dévolution du pouvoir politique se fait toujours, sauf cas exceptionnel (vacance du pouvoir), par la voie des urnes, à l'issue d'élections libres, démocratiques et transparentes. Le fait de passer impérativement par la case élection pour accéder au pouvoir pose un impératif de séduction de la part de la classe politique en direction des populations. Et c'est principalement lors des campagnes électorales que chaque bord politique déploie ses armes de séduction massive, se met sur son 31 et descend sur scène pour produire un spectacle, donner de la voix pour récolter le maximum de voix.

Dans un pays démocratique, le premier acte dans la mise en scène du pouvoir après l'élection présidentielle est la prestation de serment et l'installation du nouveau président. Dans une monarchie on aurait parlé de sacrement ou couronnement du nouveau roi. Le président nouvellement élu prête serment la main posée sur la constitution de la république, le coran ou la bible, selon le pays, la main droite levée, devant le Président de la plus haute juridiction.

⁷⁸ Jocelyne Dakhlija, « Pouvoir du parasol et pouvoir nu », *Bulletin du Centre de recherche du château de Versailles* [En ligne], | 2005, mis en ligne le 27 août 2010, consulté le 04 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/crcv/233> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/crcv.233>

⁷⁹ Hassan II, *La mémoire d'un roi : entretiens avec Éric Laurent*, Paris, Plon, 1993.

Pour mieux cerner cette étape cruciale de la vie d'une république on se réfère à la description que le Conseil Constitutionnel sénégalais en a faite. Elle comporte deux étapes :

1. La prestation de serment.

Le Président de la République va prendre l'engagement de remplir fidèlement la charge liée à sa fonction, d'observer et de faire observer les dispositions de la constitution et des lois, de consacrer toutes ses forces à défendre les institutions constitutionnelles, l'intégrité du territoire et l'indépendance nationale et de ne ménager aucun effort pour la réalisation de l'unité nationale. (...). Par ce serment, le Président de la République, prend comme le disait le Président du Conseil Constitutionnel Papa Oumar Sakho à propos du serment des juges du conseil, « un engagement personnel donc un engagement envers lui-même et un engagement envers toute la collectivité ».

C'est ce qui explique que le serment soit prêté dans le cadre :

- *d'une audience ;*
- *d'une audience solennelle ;*
- *d'une audience publique.*

2. L'installation par le Conseil Constitutionnel.

C'est à partir de cet acte que le Président de la République est investi des prérogatives liées à son statut. »⁸⁰

Il est important de souligner que la prestation de serment du Président nouvellement élu au Sénégal est un événement qui « *tend vers la cohésion nationale* », selon l'historien et archiviste- paléographe Saliou Mbaye. Car celui qu'on installe est le Président de tous les sénégalais et à ce titre, c'est sur ses épaules que se reposent le destin de la nation sénégalaise pour toute la durée de son mandat, il symbolise la nation sénégalaise. C'est un jour de communion d'un Homme avec son peuple, c'est un jour de fête et de réjouissance. C'est pourquoi il est déclaré chômé et payé. Il faut aussi noter avec le professeur Mbaye que la prestation de serment a été introduite dans les dispositions de la constitution en 1963. Le serment a toutefois connu des changements selon les aspirations du peuple incarnées par son Président. La dernière version stabilisée des paroles du serment sous l'égide du Président Abdoulaye Wade se présente comme suit « *Devant Dieu et devant la Nation sénégalaise, je jure de remplir fidèlement la charge de président de la République du Sénégal, d'observer comme de faire observer scrupuleusement les dispositions de la Constitution et des lois, de*

⁸⁰ <http://conseilconstitutionnel.sn/la-prestation-de-serment-et-linstallation-du-president-de-la-republique/>, consulté le 02/06/ 2020

consacrer toutes mes forces à défendre les institutions constitutionnelles, l'intégrité territoriale et l'indépendance nationale, de ne ménager enfin aucun effort pour la réalisation de l'unité africaine ». Plusieurs enseignements peuvent être tirés à partir de ce serment. D'abord la référence à Dieu montre que le peuple sénégalais, dans son écrasante majorité, croit en Dieu ou Allah pour les musulmans et qu'il y a une unité autour des valeurs enseignées par les religions monothéistes. Comme nous l'a d'ailleurs suggéré J.J. Rousseau s'agissant de la foi d'un peuple à des préceptes généraux d'une religion civile comme symbole d'unité nationale. En prêtant serment devant le Président du conseil constitutionnel et devant toute la nation, le chef de l'Etat s'engage à donner de sa personne pour ne pas dire sa vie, à la défense de la nation sénégalaise et de l'intégrité de son territoire. Son engagement à préserver les institutions de la République lui vaut son statut de « gardien de la constitution ». La nouveauté apportée par le Président Wade est la référence à l'unité africaine. A ce titre, il faut rappeler que le Sénégal a fait partie des 31 pays signataires de la charte constituant l'Organisation de l'Unité Africaine, le 26 mai 1963 à Addis Abeba en Ethiopie. Après sa prestation de serment, le Président de la République habillé de son écharpe présidentielle verte reçoit le Collier de Grand Maître de l'ordre national du Lion remis par le Grand Chancelier. Vient ensuite le moment du discours solennel à la nation sénégalaise, où il aborde les grands axes de sa politique pour le mandat qui vient de démarrer.

La cérémonie de prestation de serment et d'investiture du Président élu est une mise en scène du pouvoir exécutif en direction du peuple sénégalais et des pays voisins et amis, représentés au plus haut niveau.

Hormis la mise en scène de sa prise de pouvoir, plusieurs événements et cérémonies républicaines sont consacrés pour réaffirmer et rappeler la prééminence du pouvoir exécutif sur les autres démembrements de l'Etat et de la société de façon générale. Depuis ses sorties officielles, en passant par ses visites dans les campagnes aux escapades privées, le président élu, à travers un ordre protocolaire bien défini, ne cesse de réaffirmer sa présence, et surtout sa prééminence sur les autres corps. Les honneurs militaires rendus au chef de l'Etat à chaque fois que le protocole l'exige viennent rappeler à tout le monde qu'il est le chef suprême des armées. La réunion du conseil supérieur de la magistrature présidée par le Président de la République vient une fois de plus souligner son autorité sur le pouvoir judiciaire. Même le parlement n'échappe pas à la mainmise du chef de l'exécutif car le Président de la République a le pouvoir de dissoudre l'assemblée nationale et de convoquer des élections législatives.

Toutefois, il faut rappeler que dans un régime démocratique, le pouvoir politique, dans ses différentes mises en scène, s'emploie à rester sobre autant que faire se peut, à cultiver l'équité

et l'égalité. Contrairement au monarque ou au dictateur, le Président d'une République démocratique rejette systématiquement le culte de la personnalité et les représentations messianiques de sa personne. Son pouvoir n'étant en réalité qu'un contrat à durée déterminée renouvelable à l'occasion d'élections, il s'efforce de cultiver une certaine proximité avec les populations. Cette volonté de se présenter comme le citoyen lambda, celui qui vit les mêmes réalités que le reste de la population amène les élus à médiatiser leur vie privée, à participer dans émissions de télé-réalité et à s'afficher avec des stars du show-biz. On est dans le domaine, encore sous exploité au Sénégal, de la *peopolisation* des élites politiques. Dans la revue *le temps des médias* J. Dakhli et M. Lhéroult tentent une explication sommaire de ce concept « *La notion de peopolisation politique s'est en effet forgée au cours des années 2000 par un empilement de significations successives. À l'approche de l'élection présidentielle française de 2002, elle commence par désigner l'investissement des médias people par les responsables politiques et leur entourage. À partir de 2003, elle exprime aussi l'alignement de l'ensemble des médias sur les formes et les contenus de la presse people. Enfin, à compter de l'année 2005, le terme englobe non seulement les rapprochements bilatéraux entre responsables politiques et personnalités du sport ou du show-biz mais en outre le dévoilement de la vie privée des élus sans leur accord, selon des processus de scandalisation.* »⁸¹

Cependant, cette propension des élites politiques à mettre au-devant de la scène leur personnage, cette mise en scène de soi ou « *dévoilement de soi* » pour reprendre Guillaume Fradin, traduit une réalité bien plus complexe. Il s'agit ici d'examiner l'évolution des rapports entre institutions et individus d'une part et d'autre part d'étudier les rapports entre Hommes politiques et médias. Nous aurons l'occasion de défricher ce champ politico-médiatique dans la partie de notre recherche traitant de la médiatisation de la vie politique et du pouvoir des médias.

Les monarchies et les républiques démocratiques ou autoritaires ont cependant en commun un certain nombre de rites consistant à étaler leur puissance et rappeler l'ordre politique existant. Les défilés militaires, les cérémonies de levée des couleurs, le protocole, sont par exemple des moments importants d'expression de la puissance de l'Etat en direction de ses concitoyens, mais aussi et surtout à l'endroit des autres pays. La fête de la victoire célébrée le 09 mai de chaque année en Russie, symbolisant la défaite du troisième Reich, est toujours l'occasion pour le pouvoir russe d'exhiber dans un défilé militaire digne de l'époque soviétique ses dernières trouvailles en matière de défense et de sécurité.

⁸¹ Dakhli Jamil, Lhéroult Marie, « Peopolisation et politique », *Le Temps des médias*, 2008/1 (n° 10), p. 8-12.
DOI : 10.3917/tdm.010.0008. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2008-1-page-8.htm>

L'Etat peut aussi agir sur la conscience populaire, maintenir sa présence abstraite sur l'inconscient de chaque individu, donner le sentiment d'être fort, même s'il est en réalité faible, en entretenant le mythe de ses services secrets, qui seraient parfaitement informés de tout, sur tout et à propos de tous, à la limite, omniscients. On parlera de mise en scène du pouvoir politique par le biais de forces occultes. Cette forme de mise en scène du pouvoir politique est toutefois plus marquée dans les régimes despotiques.

Au Sénégal et ailleurs, les mises en scène du pouvoir politique demeurent une constante quel que soit le système politique en vigueur. *Gouverner, c'est paraître !* (Jean Marie Cotteret). Pour étayer cette thèse l'anthropologue français Georges Balandier écrit dans son ouvrage *Le pouvoir sur scènes* « *Derrière toutes les formes d'aménagement de la société et d'organisation des pouvoirs se trouve toujours présente, gouvernante de l'arrière-scène, la "théâtrocratie". Elle règle la vie quotidienne des hommes en collectivité : elle est le régime permanent qui s'impose aux régimes politiques divers, révocables, successifs* ». ⁸²

Le discours politique et la langue dans laquelle il est véhiculé sont également des moments extrêmement forts de la mise en scène du pouvoir politique. Dans une perspective fonctionnelle, le discours politique peut se définir à la suite de Constantin Salavastu comme « *une forme de la discursivité par l'intermédiaire de laquelle un individu, un groupe ou parti poursuit l'obtention du pouvoir dans la lutte politique contre d'autres groupes ou adversaires.* » ⁸³ Le discours politique poursuit donc un objectif d'acquisition, de gestion et de conservation du pouvoir et revêt à ce titre des formes et des contenus différents selon que l'on soit dans le pouvoir ou dans l'opposition. C'est dans cette optique que N. Diop nous rapporte la définition que P. Charaudeau en a faite en ces termes « *l'espace de persuasion qui construit et entretient la légitimité du faire politique. C'est là une sorte de contrat fondateur qui annonce le dispositif de communication où le discours politique est exercé et les stratégies discursives adoptées dans l'enjeu de légitimation* ». ⁸⁴

Au Sénégal, le discours politique est prononcé, la plupart du temps, simultanément en français et en wolof. En français parce que c'est la langue officielle, la langue de travail. En wolof parce que c'est la langue véhiculaire du Sénégal. D'après les données de l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD) « *En 2002, plus de 70 % de la population déclarent parler couramment le wolof (72,4 %) dont un peu plus de la moitié comme*

⁸² Georges Balandier, *le pouvoir sur scènes*, septembre 1992, Balland, p 13

⁸³ Diop Ndiassé, *Approche pragmatique du discours Wolof*, Editions Universitaires Européennes, 2018, p 20

⁸⁴ Ibidem

principale langue et 22,1 % comme deuxième langue parlée.»⁸⁵ Ces données ont certainement évolué en 2022. La non maîtrise du Wolof est un facteur handicapant dans l'arène politique sénégalaise et dans la société sénégalaise de manière générale. Le wolof est la langue de la communication politique au Sénégal. Presque tous les partis politiques et toutes les coalitions de partis ont des dénominations tirées de la langue wolof. Par exemple : Benno Bokk Yakaar, Yéwi Askan Wi, Aar Sénégal, Wallu Sénégal. Le wolof est la langue de prédilection dans le processus de légitimation du pouvoir politique au Sénégal.

Section II : La légitimation du pouvoir politique au Sénégal post-colonial.

La légitimation du pouvoir politique a fait l'objet d'études et de réflexions de la part de plusieurs scientifiques. Les travaux de Max Weber sont surement la référence dans ce domaine. En effet, dans un texte intitulé « *les trois types purs de domination légitime* », Weber analyse les dominations purement légales, traditionnelles et charismatiques en étudiant et comparant les aspects administratifs, juridiques et politiques. Il écrit : « *La domination, c'est - à - dire la chance de trouver obéissance pour un certain ordre émis, peut reposer sur différents motifs de docilité : elle peut être purement conditionnée par une configuration d'intérêts, et donc, de la part de celui qui obéit, par des considérations rationnelles en finalité pesant avantages et inconvénients. Elle peut aussi n'être due qu'à la « coutume », à la sourde habitude prise à une manière d'agir profondément intériorisée ; ou elle peut avoir des raisons purement affectives, relever de la seule inclination personnelle du dominé.* »⁸⁶ Ainsi, Weber identifie trois types de domination à savoir : la domination rationnelle légale, la domination traditionnelle, et la domination charismatique.

La domination rationnelle légale tire sa légitimité du droit. Le pouvoir doit résulter d'un cadre législatif bien défini. Il doit inscrire tous ses actes dans le respect strict des lois et règlements en vigueur dans la société. Les ordres, directives et instructions qui émanent de l'autorité sont impersonnels, généraux, et réputés être bons pour la communauté. Dans la pensée Wébérienne la société doit être organisée de façon rationnelle sur la base de règles et lois afin d'éviter les prises de décisions arbitraires, la patrimonialisation des biens et deniers publics et l'utilisation abusive de la violence physique, étant entendu que l'Etat est le seul détenteur de la puissance publique. Investi de pouvoirs légaux, le supérieur hiérarchique peut imposer ses décisions

⁸⁵ NIANG CAMARA F.B., 2014. Dynamique des langues locales et de la langue française au Sénégal, 2014, Actes du XVII^e colloque international de l'AIDELF sur Démographie et politiques sociales, Ouagadougou, novembre 2012, 23 p

⁸⁶ Weber Max, « Les trois types purs de la domination légitime (Traduction d'Elisabeth Kauffmann) », Sociologie, 2014/3 (Vol. 5), p. 291-302. DOI : 10.3917/socio.053.0291. URL : <https://www.cairn.info/revue-sociologie-2014-3-page-291.htm>

allant même jusqu'à user de la contrainte physique pour faire appliquer ses directives. Toutefois, tous les actes et décisions prises par l'autorité doivent être rédigés de façon claire afin d'éviter tout amalgame, confusion ou mauvaise interprétation. Cette légitimité légale rationnelle dure tant que le pouvoir est en adéquation avec les lois qui régissent le pacte social.

La domination traditionnelle tire sa légitimité des coutumes et traditions qui existent depuis toujours. Ces rites, us et événements par lesquels se transmet le pouvoir ont acquis un statut obligatoire et incontestable à force d'être répétés. Le professeur Olivier Meier écrit dans une contribution intitulée *Max Weber et la légitimité du pouvoir* : « *La légitimité traditionnelle repose sur le caractère obligatoire de la règle coutumière.* »⁸⁷ Dans les sociétés traditionnelles africaines on obéit au chef par respect à la tradition, qui peut être considérée comme un condensé de toutes les identités remarquables du groupe. Autrement dit, se plier à l'autorité du chef relèverait d'une posture naturelle. Cependant, pour sa pérennisation, la légitimité traditionnelle, selon le professeur Meier doit remplir certaines conditions : « *la domination traditionnelle doit reposer sur des fondements psychologiques forts, capables de relier le détenteur de l'autorité à ses subordonnées : la conviction profonde que l'usage répété constitue une règle de droit, la croyance forte au caractère obligatoire de l'acte et un consensus autour de cet acte.* »⁸⁸ La disparition d'une de ces conditions constituerait une sérieuse menace à l'existence de pouvoir traditionnel.

La domination charismatique est la soumission à l'autorité d'un individu fascinant, qui émerveille l'ensemble du groupe grâce à ses dons, ses pouvoirs ou sa magie. L'obéissance au chef relève d'un acte délibéré et individuel. On se plie à lui par amour et par croyance à ses qualités extraordinaires. Weber écrit « *On obéit exclusivement, de façon purement personnelle, au chef, par amour de ses qualités personnelles, extras quotidiennes, et non à cause d'une situation codifiée ou d'une dignité traditionnelle.* »⁸⁹ Avec ce type de domination, l'on est en présence d'une relation sociale où un chef revendique le pouvoir suprême d'un côté et de l'autre, des adeptes qui acceptent volontiers de le suivre. Les exemples les plus illustratifs de ce type de domination sont celle du prophète avec ses disciples, du grand chef de guerre avec ses soldats, ou du grand tribun, démagogue avec son auditoire ou ses militants. Sa domination étant principalement le fait de ses qualités hors norme, hors du commun des mortels, le chef doit sans cesse en apporter la preuve, il doit

⁸⁷ https://www.rse-magazine.com/Max-Weber-et-la-legitimite-du-pouvoir_a3424.html, consulté le 13/06/2021

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

toujours les confirmer pour continuer à bénéficier de la soumission du groupe. Le jour où il sera lâché par son Dieu, ou par sa bonne étoile, il cessera d'avoir les cartes en main et sa domination s'effondrera tel un château de cartes.

Dans la pratique, chaque pouvoir politique s'appuie sur l'un de ces principes pour fonder sa légitimité sans exclure totalement les autres. N. Hubé et P. Aldrin dans leur ouvrage *Introduction à la communication politique* écrivent : « Weber remarque ainsi que le principe légal-rationnel qui s'impose dans la période contemporaine (Etat de droit, régime constitutionnel), notamment dans les démocraties, se combine volontiers avec la force instituante des traditions et n'exclut définitivement pas le charisme (c'est le cas lorsqu'il est question de « l'autorité naturelle » d'un -e responsable politique). Quand elle subit une « routinisation », la domination charismatique « se traditionalise ou se rationalise (se légalise), ou les deux en même temps »⁹⁰. Au regard de ces considérations, nous pouvons affirmer que ces trois principes de légitimité apparaissent comme un trépied sur lequel repose la pérennité de tout pouvoir politique.

A travers cette typologie des pouvoirs, M. Weber nous apprend au moins deux choses : le rationnel, la tradition et le charisme sont des vecteurs incontournables de légitimation du pouvoir, d'une part, et d'autre part, ces principes souffrent de limites congénitales, ils sont fragiles et doivent être reconnus, approuvés et justifiés par ceux-là sur qui le pouvoir s'exerce. Dans une étude portant sur la légitimité du pouvoir politique dans différentes régions d'Afrique, d'Amérique Latine, d'Europe et d'Asie centrale, intitulée *La légitimité dans tous ses états : réalités, pluralisme et enracinement des pouvoirs*, Séverine Bellina et l'IRG ont analysé les différentes régulations politiques, religieuses, sociales, économiques, culturelles environnementales, etc., mises en œuvre pour assurer l'ancrage social du pouvoir. Le diagnostic montre que la légalité constitutionnelle ou traditionnelle ne suffit plus à susciter l'adhésion des populations à la politique du gouvernement et que le fossé entre gouvernants et gouvernés ne cesse de s'agrandir. Certaines populations ne se sentent pas concernées par les normes rédigées dans la constitution de leur pays, à la limite, elles estiment que la constitution est une affaire de spécialistes. Ce qui pose évidemment un problème. S. Bellina écrit « ...en Afrique, tout en reconnaissant et en affirmant la particularité de la norme constitutionnelle, la non-connaissance, la déviance et le non-respect de celle-ci traduisent un fossé avec les normes locales, religieuses et coutumières, qui conservent en pratique un rôle clé dans la régulation et la reproduction sociales. De ce point de vue, on note la récurrence d'une

⁹⁰ N. Hubé, P. Aldrin, introduction à la communication politique, De Boeck Supérieur s.a 2017, p 40, encadré 5

*interrogation critique sur les moyens de mieux prendre en compte cette diversité de systèmes de régulation dans les Constitutions sur le continent. »*⁹¹ Une seule source ne pouvant pas garantir durablement la légitimité du pouvoir politique, il apparaît évident d'envisager cette question (légitimité) par la combinaison de plusieurs sources. Car le processus de légitimation est dynamique, il n'est pas figé, il est vivant. Toutefois, les scientifiques de l'IRG se sont risqués à proposer une typologie des sources de légitimité du pouvoir politique, en quatre points :

La légitimité par *les processus*, nous renvoie à la domination légale rationnelle théorisée par M. Weber. Il s'agit ici pour les pouvoirs publics d'inscrire leurs actions dans un cadre institutionnel et réglementaire bien défini.

La légitimité par *les résultats* correspond à la prise en charge concrète des préoccupations des populations par les pouvoirs publics. Autrement dit, elle est appréciée par rapport à l'efficacité et à la qualité du travail des services étatiques pour la satisfaction des doléances des citoyens.

La légitimité *internationale* renvoie à la reconnaissance internationale du régime par les Etats et organismes internationaux. Elle suppose l'acceptation par les pouvoirs publics d'un certain ordre mondial et de certaines conventions et traités internationaux. Ici le problème est que souvent ces traités et conventions internationaux ne sont pas en adéquation avec les aspirations des populations et peuvent être en contradiction avec les valeurs culturelles et traditionnelles d'un pays, d'où la nécessité pour l'Etat de trouver l'équilibre entre les exigences de la communauté internationale et le respect des traditions du groupe, car cette légitimité internationale est très importante, surtout pour les pays en développement.

La légitimité *symbolique*, enfin, est l'expression de croyances partagées fondant la reconnaissance de l'Etat comme autorité suprême et comme incarnant la communauté de sens et d'identités de la société concernée.⁹²

Le professeur Massaer Diallo, philosophe et politologue sénégalais, chef d'unité gouvernance dynamique des conflits et paix et sécurité au Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest/OCDE, a dans une fiche intitulée *Légitimité et post-conflit en Afrique de l'Ouest Rôle dans la consolidation de l'État*, analysé les sources de légitimité du pouvoir politique dans les pays ouest africains, les interactions entre pouvoirs traditionnels et actes constitutionnels, les modes de production de légitimité, et la transformation des bases normatives de la légitimité.

⁹¹ cf. Séverine Bellina, La légitimité dans tous ses états : réalités, pluralisme et enracinement des pouvoirs, IRG, 2010 : <http://www.institut-gouvernance.org/docs/chro2010-la-legitimite-dans-tous-ses-etats.pdf>, consulté le 20/05/2021.

⁹² Ibid.

Pour M. Diallo, la légitimité a un triple enracinement : dans le droit (la légalité), les institutions politiques (la démocratie) et les populations⁹³. Il estime que la légalité et la légitimité sont intrinsèquement liées, l'une fonde l'autre et la sous-tend. La légalité est une source, pour ne pas dire la première source de la légitimité. Le couple légitimité-légalité constitue les premiers jalons dans la fondation d'une démocratie. Son analyse a aussi fait ressortir l'importance non négligeable des traditions dans le système politique africain. Face à la constitution et à ses normes généralement d'inspiration occidentale, les pouvoirs traditionnels et religieux entendent aussi faire prévaloir leurs positions dans la vie politique de nos Etats. Et pour mieux illustrer cette particularité africaine, le professeur Diallo nous relate un épisode fort intéressant de la vie politique togolaise « *En Juillet 1999 le Général Eyadema Président d'une république togolaise en crise depuis au moins 1993, avait pris l'engagement public et devant la presse internationale de respecter la constitution de son pays et donc de ne pas briguer un nouveau mandat présidentiel en 2003. Cette promesse s'inscrivait dans le cadre de la mise en œuvre de l'Accord cadre de Lomé parrainé par le Président français, M Chirac et destiné à sortir le Togo de la crise par une démocratie bâtie sur le dialogue politique et l'État de droit.*

Cet engagement une fois respecté pouvait ouvrir de nouvelles perspectives de déblocage de la longue crise sociopolitique togolaise en permettant notamment un renouvellement du leadership politique. Mais cet espoir fut déçu par la suite dans la mesure où le Chef de l'État togolais finit par revenir sur sa décision en se prémunissant de la demande des acteurs socioculturels de son pays, en l'occurrence les chefs traditionnels organisés et fortement mobilisés en délégation. Ces Chefs traditionnels après avoir perdu leur véritable pouvoir autonome ont fait partie des leviers du pouvoir du Général Eyadema et de son parti le Rassemblement du Peuple togolais (RPT.). Leur intervention et leur demande solennelle au Président de reconsidérer sa position s'appuya sur une argumentation convoquant une légitimité interne fondée sur les normes de la société opposée en la circonstance à celles exogènes dont la communauté internationale pouvait se prévaloir. Ce n'est pas cette dernière qui l'avait élu et ce n'est pas elle qu'il serait appelé à diriger.

*Les chefs traditionnels fournirent au Président togolais une base de légitimation du non-respect de la contrainte constitutionnelle portée par la charte fondamentale de 1993 alors en vigueur. »*⁹⁴ La légitimité pérenne du pouvoir politique s'acquiert par l'enracinement social et

⁹³ cf. Légitimité et post-conflit en Afrique de l'Ouest, Rôle dans la consolidation de l'État, Massaër Diallo, http://base.modop.org/en/corpus_analyse/fiche-analyse-26.html, consulté le 13/ 02/2021

⁹⁴ ibid.

socioculturel de la gouvernance, cela fait partie des modalités stratégiques de renforcement de l'État. Cela sert également à la fois à améliorer la solidité de l'État, mais aussi l'efficacité des politiques. Pour le Pr Diallo la légitimité politique doit tirer sa source des entrailles de la société, elle est le résultat de la prise en charge des aspirations profondes et des valeurs cardinales qui fondent le groupe.

Au Sénégal la légitimation du pouvoir politique peut être analysée à l'aune des paradigmes suivants : la légitimité de type légal-rationnel, la légitimité de type charismatique, la légitimité par les résultats et la légitimation internationale.

S'agissant de la légitimité de type légal- rationnel du pouvoir politique au Sénégal, nous pouvons affirmer d'emblée que depuis l'accession du pays à la souveraineté internationale, la transmission du pouvoir s'est toujours effectuée selon les dispositions de la constitution.

Le premier Président de la République du Sénégal, Léopold Sédar Senghor est élu par l'assemblée fédérale le 05 septembre 1960. Il a été par la suite plusieurs fois réélu, au suffrage universel, le 1^{er} décembre 1963, le 25 février 1968, le 28 janvier 1973, et enfin le 26 février 1978. Cette longévité du Président Senghor à la tête de l'Etat peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Sous Senghor, le Sénégal a pour l'essentiel vécu sous le régime du monopartisme. Le professeur Antoine Tine, dans son ouvrage intitulé *Le Sénégal, sous Senghor et Diouf, une démocratie buissonnière ? Une critique du pluralisme des partis politiques*, nous donne les grandes étapes qui ont consacré le pouvoir hégémonique de Senghor. Il écrit : « *Ce qui caractérise la vie politique sénégalaise, à partir de 1956, est sans conteste l'évolution vers le parti unique de fait. Le BDS, ensuite l'UPS, devient un parti hégémonique, à l'image du Parti revolucionario institucional (PRI) du Mexique.* »⁹⁵ En effet, dès 1958 le Parti Sénégalais d'Action Socialiste PSAS de Lamine Gueye rejoint la formation de Senghor qui devient l'UPS. Selon toujours le professeur Tine, en 1960, le Parti Africain de l'Indépendance PAI de Majmouh Diop fut interdit, accusé d'être responsable des violences qui ont émaillé les élections municipales à Saint Louis. En outre, en 1962, Mamadou Dia, Président du Conseil est accusé de tentative de coup d'Etat, il est arrêté, jugé et envoyé en prison. Le 7 mars 1963, le Président de la République fait voter une nouvelle constitution qui supprime le poste de premier ministre et enlève au parlement son droit de contrôle de l'action gouvernementale. S'étant débarrassé de Mamadou Dia, il met ainsi fin à la dualité au sommet de l'Etat et devient seul maître à bord de la pirogue Sénégal. Bien des décennies après, Mamadou Dia dira dans une interview accordée à sud hebdo en 1991 « *Dès mon éviction, Senghor fera*

⁹⁵ Tine Antoine, *Le Sénégal, sous Senghor et Diouf, une démocratie buissonnière ? Une critique du pluralisme des partis politiques* Harmattan Sénégal, 2017, 288p

adopter une constitution instituant un présidentielisme concentrationnaire, en vertu de quoi, il régnait seul, sans vice-président, ni Premier Ministre. L'Assemblée (nationale) elle-même se voit privée de son fameux droit de censure. Elle fut réduite à une chambre d'enregistrement des lois et décrets du Chef de l'Etat. La République était monarchisée... ».

La constitution de la deuxième république avait mis en place un régime présidentiel fort. Le Président de la République étant la « clé de voûte »⁹⁶ des institutions était de l'alpha et l'oméga du pouvoir politique. Même si le multipartisme était clairement énoncé dans la charte fondamentale, les faits traduisent une autre réalité. En effet, dans sa quête hégémonique, le pouvoir de Senghor interdit en 1963 le Bloc des Masses Sénégalaises BMS du professeur Cheikh Anta Diop et de Boubacar Guèye. Une bonne partie des cadres du BMS intègre l'UPS, les autres, avec des fidèles de Dia, créent dans la clandestinité le Front National Sénégalais FNS, qui sera à son tour interdit en 1964. C'est en 1966 que le rêve de Senghor d'ériger l'UPS en parti unique va véritablement se réaliser avec le ralliement du Parti du Regroupement Africain- Sénégal, PRA Sénégal d'Abdoulaye Ly, le seul parti politique d'opposition légalement constitué à l'époque. Devant le conseil national en 1966, il parle de parti unifié « *organisé d'un commun accord, après de libres discussions (...) qui rassemble tous les Sénégalais de bonne volonté, c'est-à-dire la quasi-totalité des citoyens.* »⁹⁷ De 1966 à 1974 le parti Etat occupe tous les sièges à l'assemblée nationale. Senghor a régné pendant plus de vingt ans en monarque sur le Sénégal. Son régime, bien qu'étant autoritaire, n'a jamais versé dans des répressions aveugles ou dans l'exécution sommaires des opposants comme ce fut le cas dans beaucoup de pays africains nouvellement indépendants. Les années 1967 (assassinat de Demba Diop et tentative d'assassinat de Senghor), 1968 et 1969 furent très mouvementées pour le pouvoir en place. A la révolte des travailleurs, s'ajoutent celles des étudiants et des paysans. Mais Senghor, fin politicien, doublé d'un humaniste avéré a su lâcher du lest face aux étudiants, coopter la centrale syndicale dans son parti et user de ses bons rapports avec les marabouts pour calmer les paysans. Il faut noter que Senghor, même s'il était chrétien, a toujours soigné ses relations avec la classe maraboutique. Le soutien et l'estime de Serigne Fallou Mbacké à son endroit était connu de tous. Le khalife général des mourides n'avait-il pas prié pour qu'il reste au pouvoir aussi longtemps qu'il (Senghor) le souhaite ? Il pouvait se prévaloir d'une légitimité solide auprès des familles religieuses. Pour le Professeur Tine la légitimité du pouvoir de Senghor s'explique par le fait que : « *Le régime*

⁹⁶ Debré, Michel, Discours de présentation de l'avant-projet de Constitution le 27 Août 1958.

⁹⁷ Zuccarelli François, La vie politique sénégalaise, Tome II, 1940-1988, Paris, Cahiers d'Études sur l'Afrique et l'Asie Modernes, 1988, p.92.

senghorien reposait sur un exécutif fort, un parti de masse hégémonique, un État jacobin et le soutien maraboutique. Mais, c'était un autoritarisme tempéré ; il n'a jamais versé dans la dictature totalitariste ; il associait un gouvernement fort à l'existence d'un pluralisme social, économique, idéologique et politique, grâce à des mécanismes électoraux, pluripartistes et parlementaires. Le régime autoritaire se pare toujours de subtilités juridiques et d'artifices constitutionnels pour ne pas donner dans la brutalité répressive. Il revêt ainsi un habillage moderne, légal, rationnel, démocratique et libéral. Le pluralisme est limité par la ruse unitaire et par la fonction primordiale d'un leadership monopolistique ou d'un exécutif hégémonique, quasi monarchique et violent. »⁹⁸

Léopold Sédar Senghor était assurément un leader charismatique. Son charisme est lié à son parcours intellectuel hors normes à l'époque. Homme de lettres et de culture, poète de dimension internationale, professeur dans les plus prestigieuses écoles françaises, député à l'assemblée nationale française, ministre dans le gouvernement français, premier noir agrégé de grammaire, académicien, l'africain qui maîtrisait la langue de Molière bien mieux que les français, etc. Senghor était doué, intelligent et maîtrisait parfaitement l'éthos sénégalais. Il était un grand tribun et savait capter son auditoire par ces discours en langues nationales teintés de références à nos valeurs culturelles. Senghor était considéré comme le père de l'indépendance et à ce titre, il était considéré comme le père de la nation sénégalaise. Son charisme a pu lui servir d'asseoir son autorité face aux multiples crises institutionnelles et sociales que le pays a traversées. Jusqu'à son départ volontaire du pouvoir, l'enfant de Joal a toujours inspiré respect et admiration de la part des intellectuels, des étudiants, des ouvriers et même de la part de ceux qui ont subi sa répression, à l'image de son vieil ami Mamadou Dia. Le président Senghor justifiait le monolithisme politique et médiatique qui a prévalu par un souci de préserver la cohésion et l'unité nationale de la jeune république du Sénégal. La télévision, la radio et les quotidiens nationaux, seuls organes de presse autorisés, servaient à la propagande du régime senghorien. La presse privée et celle d'opposition se voyaient obligées de rejoindre la clandestinité.

Sur le plan international, le régime de Senghor a pu jouir d'une légitimité incontestable. Le Président de la République du Sénégal était invité à toutes les grandes rencontres internationales, il était accueilli avec les honneurs et son avis était sollicité sur les grands dossiers internationaux. Senghor tenait particulièrement au rayonnement du Sénégal sur la scène internationale en général et africaine en particulier. Le Sénégal faisait partie des

⁹⁸ Antoine Tine op.cit.

premiers pays à signer et ratifier les traités internationaux, il est membre de la plupart des organisations internationales. L'organisation du premier festival mondial des arts nègres et cultures du 1er au 24 avril 1966 fût un grand moment de rayonnement du Sénégal sur la scène culturelle internationale.

Après vingt ans de règne sans partage sur le Sénégal et aux derniers mois de l'année 1980, des rumeurs persistantes circulaient dans les chaumières sénégalaises annonçant le départ du pouvoir du père de l'indépendance. Gerti Hesseling, nous raconte dans son ouvrage intitulé *Histoire politique du Sénégal, Institutions, droit et société*, que le quotidien français *le monde*, annonçait déjà, le 21 octobre 1980 le retrait de Senghor du pouvoir probablement avant la fin de l'année. Chose qui fut faite le 31 décembre 1980. En effet dans une missive adressée au juge Kéba Mbaye, président de la Cour Suprême, Senghor annonçait son intention de quitter volontairement la présidence de la République. G. Hesseling, nous propose le contenu de la lettre : « *Après y avoir mûrement réfléchi, j'ai décidé de me démettre de mes fonctions de président de la République. La Cour Suprême est la gardienne vigilante de notre constitution. C'est pourquoi j'ai l'honneur de remettre ma démission entre vos mains. Je vous prie d'en tirer les conséquences et de recevoir le serment de M. Abdou Diouf, l'actuel Premier ministre qui me remplace.* » Et le soir, dans un ultime message à la nation sénégalaise, Senghor annonça à ses concitoyens sa décision de quitter le pouvoir. Il leur demanda de soutenir son remplaçant M Abdou Diouf et les remercia d'avoir toujours voté pour lui. En rendant le tablier sans pression aucune et en toute liberté, Léopold Sédar Senghor venait de poser un acte fort qui restera gravé en lettres d'or dans les annales de l'histoire politique du continent africain. Comme l'a d'ailleurs souligné G. Hesseling en ces termes « *Pour la première fois dans l'histoire de l'Afrique indépendante, un président se retire en cours de mandat sans y être poussé par des raisons politiques évidentes. Même dans les autres régions du monde, il serait difficile de trouver un exemple comparable.* »⁹⁹ Au moment où Mobutu s'autoproclame roi du Zaïre, Bokassa empereur de la Centrafrique, Idi Amine Dada roi des Ougandais, Senghor lui avait jugé avoir fait son temps et que l'heure était venue pour lui de s'adonner « *à ses passe-temps favoris, la littérature et la fondation d'un pendant africain de l'international socialiste.* »¹⁰⁰

Abdou Diouf, Premier ministre et dauphin désigné du Président prit les rênes du pouvoir le 1^{er} janvier 1981(en vertu de l'article 35 al 2 de la loi constitutionnelle n° 76-27 du 6 avril

⁹⁹ Gerti Hesseling, *Histoire politique du Sénégal, Institutions, droit et société*, Karthala et ASC 1985, p.28.

¹⁰⁰ Ibid., p.286.

1976¹⁰¹), non sans quelques appréhensions nourries, la veille. Diouf écrit dans ses mémoires « Dans la nuit du 31 décembre 1980 donc, Je me suis couché en me disant : « Le Président Senghor vient de démissionner et tout peut arriver ». Effectivement, tout pouvait arriver, parce que la façon dont il avait organisé sa succession n'était pas banale.

Wade n'était pas content, toutes les forces de l'opposition étaient contre et même dans mon parti, il y avait des gens qui grognaient un peu.

En vertu de l'article 35, le successeur ne pouvait être que moi, mais il y avait des gens qui ne voulaient pas s'y faire car quand cet article avait été voté, ils avaient fait toute une campagne avec les autres partis d'opposition pour dire qu'il fallait l'abroger.

Je me couche donc en me disant que tout pouvait arriver ; il pouvait y avoir du désordre et ce désordre pouvait arriver à un niveau assez élevé avec la complicité de certains éléments du parti et on ne pouvait pas savoir ce que l'armée ferait dans ce cas-là.

*La prestation de serment était prévue le lendemain à 11 heures et par la grâce de Dieu, ce soir-là, je dormis comme un loir. »*¹⁰² Le pouvoir de Diouf, d'un point de vue légal rationnel était bien légitime. G. Hesseling nous raconte que ce jour-là « Face au président de la Cour suprême, Kéba Mbaye, Abdou Diouf prononça le serment, tel qu'il a été fixé à l'article 31 de la constitution. »¹⁰³ Le soir même du jour de sa prestation de serment, à travers un message télévisé, Diouf demande clairement à ses concitoyens de s'unir autour de sa personne et ainsi faire preuve d'un esprit civique. G. Hesseling nous propose un extrait du premier discours à la nation du nouveau chef d'Etat « Sénégalaises, Sénégalais, je compte sur vous. Rassemblez-vous autour du chef de l'Etat pour relever les défis lancés à notre pays. Votre adhésion à mon action sera le signe de votre esprit civique. »¹⁰⁴ Ces trois phrases constituent sans équivoque la première étape d'une longue série d'initiatives visant à asseoir sa légitimité. Conscient de l'existence de bombes sociales et politiques en latence et qui pourraient mettre sérieusement en mal son pouvoir naissant, Diouf engagea le gouvernement du Premier ministre Habib Thiam à trouver des solutions définitives aux problèmes de l'éducation et du régime des partis politiques. C'est ainsi qu'en fin janvier 1981, tous les acteurs directs ou indirects du secteur de l'éducation furent convoqués dans les Etats Généraux de l'éducation pour réformer le système éducatif sénégalais. Plusieurs propositions ont été faites, parmi elles, la vulgarisation

¹⁰¹ La loi constitutionnelle n°76-27 en son article 35 al 2 stipule « En cas de démission ou de décès du Président de la République ou lorsque l'empêchement est déclaré définitif par la Cour Suprême, le Premier Ministre exerce les fonctions de Président de la République jusqu'à l'expiration normale du mandat en cours. Il nomme un nouveau Premier Ministre et un nouveau Gouvernement dans les conditions fixées à l'article 43 »

¹⁰² Abdou Diouf, Mémoires, 2014.

¹⁰³ Gerti Hesseling, op.cit. p 288.

¹⁰⁴ Ibidem.

des langues nationales dans les enseignements, et leur utilisation dans tous les segments de la vie publique. Mamadou Diouf dans un texte intitulé *Le clientélisme, la technocratie, et après ?* écrit : « Dans le même mouvement consistant à apaiser et absorber l'opposition des classes moyennes, dans le carcan institutionnel, il convoqua les États généraux de l'Éducation et de la Formation. Ils avaient pour fonction de désamorcer le potentiel critique des enseignants qui étaient les principaux animateurs des organisations marxistes et syndicales les plus combatives. En organisant les États Généraux, sur la base d'une démocratie consensuelle, Diouf s'attaquait au secteur qui a été à la source de tous les problèmes sociaux et politiques au cours de la dernière décennie du pouvoir senghorien. »¹⁰⁵

Ensuite, Diouf s'attaqua au « système rigide des partis politiques », pour couper l'herbe sous les pieds des nombreux contestataires qui dénoncent la limitation à quatre du nombre des partis politiques. La chercheuse néerlandaise, Hesseling nous apprend que le 24 avril 1981 a eu lieu à l'assemblée nationale le remaniement du système des partis politiques. Dans une logique d'intensifier la dynamique d'ouverture démocratique enclenchée depuis 1974, il est abrogé la limitation des partis politiques. Toutefois, des dispositions furent prises pour encadrer ce multipartisme intégral. Par exemple, « Le nouvel article 3 prévoit seulement que les partis politiques devaient respecter la constitution et souscrire aux principes de la souveraineté nationale et de la démocratie. Toute forme de discrimination restait interdite. »¹⁰⁶ D'autres lois relatives au fonctionnement des partis politiques furent également votées.

Pour asseoir son hégémonie, Diouf, d'après Momar- Coumba Diop et Mamadou Diouf, était très soucieux d'assurer sa mainmise sur le parti socialiste face aux barons et compagnons de Senghor. Avec l'aide de son homme de confiance Jean Colin, il déclare la guerre à la vieille garde socialiste en l'accusant d'être responsable de fraudes électorales et de malversations financières. Le renouvellement de l'élite politique était mis en branle. A ce sujet, les chercheurs sénégalais écrivent « Il s'est traduit par l'éviction du gouvernement et du parti au pouvoir des compagnons de Senghor. L'objectif visé était d'assurer la promotion des hommes du nouveau Président. »¹⁰⁷

Il faut toutefois préciser que le premier gouvernement de Diouf reflétait une volonté de continuité de la politique senghorienne comme l'atteste G. Hesseling dans son ouvrage cité

¹⁰⁵ Mamadou Diouf, Momar-Coumba Diop (éd.), Sénégal. Trajectoires d'un État
Dakar / Codesria, 1992.

¹⁰⁶ Gerti Hesseling, op.cit. p 290.

¹⁰⁷ Donal Cruise O'Brien, Momar-Coumba Diop, Mamadou Diouf, La construction de l'Etat du Sénégal, Karthala
2002, p.103.

plus haut « *La présentation du nouveau gouvernement, au lendemain de l'entrée en fonction de Diouf, constitua une première preuve concrète de son désir de continuité. Le nouveau Premier ministre Habib Thiam, avait été jusqu'à cette date président du groupe PS au parlement et secrétaire de ce parti, chargé des relations avec l'étranger. Les autres membres du gouvernement étaient tous des visages connus. Comme on pouvait s'y attendre, Diouf avait maintenu en place les « vieux barons », c'est-à-dire les compagnons fidèles de Senghor.* »¹⁰⁸

La purge n'eut lieu qu'à partir de 1984.

Sur un autre registre, Abdou Diouf fit du concept de “*sursaut national*” un puissant levier idéologique pour élargir les bases du PS et gagner de nouveaux soutiens. Le “*sursaut national*” est un appel lancé par le nouveau Président aux sénégalais de tous bords pour soutenir son action politique. Il l'explique lui-même en ces termes « *(qu') il n'est pas possible... il n'est pas concevable qu'une formation politique, fût-elle majoritaire, puisse, à quelque niveau que ce soit, s'orienter vers une conception exclusiviste de l'avenir du Sénégal, en considérant que c'est en son sein, et en son sein seulement que tout doit être accompli. Nous, socialistes sénégalais, avons toujours estimé, ne pas avoir l'exclusivité du patriotisme et du nationalisme. Étant et demeurant nous-mêmes, c'est-à-dire profondément sénégalais, nous devons faire preuve d'ouverture d'esprit, dans la réflexion, de générosité dans l'action, et accepter, en conséquence la main tendue de l'autre, lorsque ce geste doit contribuer au raffermissement de l'unité et de solidarité nationales* (Diouf 1984 : 20). »¹⁰⁹

Son appel fut entendu et trouva un écho favorable auprès de plusieurs cadres et leaders de mouvements. C'est ainsi que beaucoup de groupes de soutien au Président Diouf furent créés. On peut citer : le Comité de Soutien à l'Action du Président Abdou Diouf (COSAPAD), le Groupe de Rencontres et d'Échanges pour un Sénégal Nouveau (GRESEN), etc. Toutefois, selon le professeur Antoine Tine, cet appel au « *sursaut national* » est en réalité une « *ruse unitaire* » et une stratégie de fragilisation de l'opposition et de renforcement de l'hégémonie du PS.

L'élection présidentielle de février 1983 devait servir à A. Diouf l'occasion d'asseoir définitivement sa légitimité populaire, de s'affirmer comme leader politique d'envergure nationale et de se départir de cette étiquette du dauphin à qui on a servi le pouvoir sur un plateau d'or. Abdoulaye Wade, alors fervent opposant du régime socialiste avait qualifié la succession de Senghor par Diouf de « *dévolution monarchique machiavélique* ».

Après quelques modifications apportées à la constitution et au code électoral, Diouf entreprit une pré-campagne électorale pour aller à la conquête des suffrages de ses concitoyens. La

¹⁰⁸ Gerti Hesseling, op.cit.

¹⁰⁹ Mamadou Diouf, op.cit. p 2675

lutte contre la corruption dans l'administration et les services publics fut le thème de prédilection du candidat sortant. Pour joindre l'acte à la parole, le Président a mis en place la Cour de Répression de l'Enrichissement Illicite CREI. Cette juridiction d'exception était chargée de traquer l'enrichissement illicite de personnalités ayant occupé de hautes fonctions dans l'appareil d'Etat. Certains observateurs par contre ont vu dans la création de la CREI une volonté de Diouf de mettre au pas les barons socialistes qui avaient du mal à accepter son accession à la présidence de la république. Quoi qu'il en soit, ces actes posés par le Président-candidat lui ont valu une très grande popularité au sein de la population. A cela s'ajoute, comme l'a rappelé Hesseling, l'alignement systématique des deux principales confréries musulmanes, grosses pourvoyeuses de voix dans le monde rural, à savoir les mourides et les tidjanés, au Parti Socialiste. Après une campagne électorale relativement calme, Diouf remporte la victoire avec plus de 83% des suffrages. Encensé, dopé, revigoré par cette victoire nette devant quatre autres candidats, Diouf s'est senti suffisamment fort et légitime pour supprimer le poste de Premier Ministre et acter le retour du régime présidentiel fort. C'est ainsi qu'en avril 1983, deux modifications furent introduites dans la constitution : la primature n'existe plus dans l'ordonnancement institutionnel du Sénégal, d'une part, et d'autre part, la motion de censure et le droit de dissolution furent abrogés. Comme Senghor en 1963, Abdou Diouf devient vingt ans plus tard le seul capitaine de la pirogue Sénégal. Il sera réélu en février 1988 et en février 1993. Son règne n'a pas été un long fleuve tranquille. Les contestations estudiantines (1988) et syndicales, le marasme économique, les manifestations violentes de l'opposition (surtout après les élections présidentielles), l'assassinat d'un juge constitutionnel, le meurtre de policiers lors d'une manifestation sous l'égide des Mouchetarchidines¹¹⁰, ont fait vaciller son pouvoir. Mais Diouf, certainement inspiré par son prédécesseur, a su habilement manier la carotte et le bâton. Il entreprit d'élargir les bases de son parti à l'opposition, invitant plusieurs fois celle-ci à siéger au conseil des ministres dans le cadre d'un gouvernement d'union nationale. Ces ouvertures lui ont permis de décrier les tensions politico-sociales et par la même occasion de fragiliser et de casser le bloc constitué par l'opposition.

Il faut aussi souligner que Diouf tout au long de sa présidence a bénéficié d'un soutien décisif et indéfectible du guide de la puissante confrérie mouride Serigne Abdoul Ahad Mbacké. Les deux personnalités s'estimaient et le manifestaient publiquement. Le marabout lors de l'élection présidentielle de 1988 a publiquement pris fait et cause pour le candidat socialiste

¹¹⁰ Branche de la tidjaniya dirigée par Serigne Moustapha Sy

qu'il considérait comme son fils en déclarant que : « *celui qui ne vote pas pour Abdou Diouf, aura trahi Serigne Touba* ». Diouf à son tour déclara publiquement, parlant du guide des mourides « mangui soga ame bay bou matt bay » - « je viens d'avoir un vrai père ». L'enfant de Louga a également pu compter sur un parti socialiste fort et son réseau de clientèles politiques. Cette formation politique, qui tient ses origines du BDS, puis de l'UPS a réussi un maillage complet du territoire. Le parti était présent dans les coins les plus reculés du Sénégal. Par ailleurs, Abdou Diouf était parvenu progressivement à minimiser l'expertise politique au profit de l'expertise technocratique dans le choix des ministres et hauts fonctionnaires. Le professeur Alioune Badara Diop parlera de « *légitimité technocratique* » pour faire référence à la mise en avant des qualités technocratiques par Diouf et ses collaborateurs comme palliatif à leur manque d'expérience politique.

Cependant, après presque vingt ans passés au pouvoir, Abdou Diouf n'a pas pu cocher la case « *légitimité par les résultats* ». Autrement dit, son bilan social et économique était largement négatif. Gagné par l'usure du pouvoir, le Président s'est complètement isolé, et détaché des réalités sociales du Sénégal. C'est avec stupéfaction que les sénégalais ont vu et entendu leur Président avouer qu'il n'était pas au courant de l'augmentation des salaires des députés, alors que les sénégalais continuent de subir les conséquences de la dévaluation du franc CFA, intervenue en 1994. Le contrat de confiance entre le peuple et son chef était définitivement rompu. La masse critique de jeunes, pour la plupart des chômeurs inscrits sur les listes électorales, ne se reconnaissait pas dans le pouvoir socialiste. A cela, s'ajoutent les difficultés internes au PS avec les départs retentissants de personnalités à savoir ; Moustapha Niasse et feu Djibo Leyti Ka. Un malheur ne venant jamais seul, Abdou Diouf s'est vu délesté du soutien des masses rurales. Momar-Coumba Diop et Mamadou Diouf écrivent : « *La fin de l'hégémonie PS a été accélérée par l'affaiblissement des alliances stratégiques entre les chefs des confréries et le pouvoir central. Ce fait a fortement laminé son soutien rural, durement éprouvé par des années de réforme économique.* »¹¹¹ C'est dans ce contexte chaotique et extrêmement difficile que le PS alla à l'élection présidentielle de février 2000, face à une opposition dont une bonne frange a fait bloc autour de l'opposant historique, Abdoulaye Wade. A l'issue du premier tour, le PS n'était crédité que de 41,33%% des voix valablement exprimées. Au deuxième tour, le 19 mars, le score des socialistes est resté le même, consacrant ainsi la fin de quarante ans de règne sur le Sénégal.

¹¹¹ Ibid. (Donal Cruise O'Brien, Momar-Coumba Diop, Mamadou Diouf, La construction de l'Etat du Sénégal, Karthala 2002, p 128.

Abdoulaye Wade arrive au pouvoir auréolé d'une victoire éclatante sur le régime socialiste. Avec 58,12% des suffrages valablement exprimés, Wade a été porté à la magistrature suprême principalement par les jeunes. Wade jouissait d'une légitimité populaire jamais égalée dans l'histoire politique du Sénégal, comme l'atteste sa prestation de serment dans un stade de 60000 places plein comme un œuf. Il symbolisait l'espoir de tout un peuple en général et particulièrement de millions de jeunes sénégalais désœuvrés et tenaillés par les affres de la pauvreté. Le troisième Président du Sénégal disposait d'un capital sympathie tellement énorme que les sénégalais en général lui servaient de bouclier et n'acceptaient aucune critique à son encontre. Quand quelqu'un s'avisa d'en faire une contre Wade, il se voyait immédiatement rétorqué « bayilén gorgui mou liguéy » autrement dit « laissez le vieux travailler ». Et d'ailleurs au Sénégal, le fait de se faire appeler « Gorgui » traduit un respect dû à l'âge et constitue aussi une source de légitimité pour le Président Wade. Il était aussi respecté et admiré des sénégalais du fait de ses 25 ans d'opposition et du travail colossal qu'il a abattu pour la démocratie.

Sur le plan social, tous les secteurs ont connu des transformations positives. A partir de 2004, les grands chantiers du Président commencent à voir le jour.

Sur un autre registre, on a assisté avec le pouvoir de l'alternance à la « mouridisation » de l'élite politique. Abdoulaye Wade est lui-même mouride et assume fièrement son statut de talibé publiquement, à chaque fois que l'occasion se présente. Après sa victoire, sa première sortie fut réservée à la ville sainte de Touba pour recueillir les bénédictions et prières du saint Khalife général des mourides Serigne Saliou Mbacké. Ce jour-là, le Président de la République se prosterna devant le saint homme en signe de déférence. Cet acte a fait couler beaucoup d'encre et de salive, journalistes et analystes s'emparèrent du symbolisme de cet acte et chacun y allait de ses commentaires. Un quotidien de la place a même titré dans sa parution « la République couchée ». Les collaborateurs du Président lui emboîtent le pas et on assiste à une adhésion soutenue de responsables politiques et gouvernementaux à la confrérie mouride. Était-ce sincère ou simplement opportuniste ? Ce qui est sûr, c'est qu'avec Wade, Touba est devenu un centre de distribution de pouvoirs, de privilèges et de sinécures. Pour remercier le Khalife de ses nombreuses marques d'attention et lui réaffirmer sa dévotion, le Président mouride, en bon talibé décide d'apporter une aide substantielle au programme de modernisation de la ville de Touba initiée par le saint homme. Cette préférence revendiquée et affichée à la confrérie mouride a permis à A. Wade de bénéficier d'une solide légitimité dans tous les bastions urbains et ruraux mourides.

Abdoulaye Wade est assurément et à tous les points de vue un homme charismatique. Brillant intellectuel, intelligent, rusé, l'esprit vif, l'enfant de Kébémér est considéré par beaucoup de personnes comme l'africain le plus diplômé du Caire au Cap et de Dakar à Addis Abeba. Agrégé des facultés de sciences économiques et de gestion, docteur en droit, professeur d'université, avocat international, etc. Wade présente un CV impressionnant.

Sur le plan international, l'alternance démocratique a donné plus d'éclats au rayonnement du Sénégal. La communauté internationale à l'unanimité a salué cette transition démocratique et exprimé son souhait de rapidement travailler avec le pouvoir libéral.

Du point de vue de la légitimité par les résultats, le pouvoir de Wade avait fait fort, plus que les régimes précédents. Comme nous l'avons rappelé un peu plus haut, tous les secteurs de la vie sociale et économique ont été sensiblement améliorés.

C'est fort de ce bilan largement positif que Abdoulaye Wade survola l'élection présidentielle de février 2007, gagnant dès le 1^{er} tour avec 55,90 % des voix valablement exprimées.

Cependant, ce deuxième mandat du pouvoir libéral ne sera pas de tout repos. Plusieurs facteurs sont à l'origine de la déconstruction de l'hégémonie du pouvoir libéral.

En effet, les premières secousses sont venues de l'intérieur du PDS avec la démission fracassante du Président de l'Assemblée nationale, ancien Premier ministre et ancien directeur de campagne du candidat Wade, Macky Sall.

Les nombreux scandales de corruption impliquant les partisans du Président et portant sur des milliards de francs CFA, l'impunité, la mal gouvernance, l'arrogance des libéraux, et l'enrichissement soudain et ostensible des tenants du pouvoir ont fini par rompre le contrat de confiance qui liait le peuple à ses dirigeants. Le front social est en ébullition avec les grèves récurrentes des syndicats d'enseignants, qui pour la plupart étaient affiliés à des partis de gauche. Les pannes récurrentes d'électricité ont causé de sérieux préjudices aux petites et moyennes entreprises, entraînant des manques à gagner énormes. Malgré tous les programmes et moyens financiers mobilisés pour l'emploi des jeunes, le Président finira lui-même par reconnaître son échec dans ce domaine.

Sur le plan politique, la volonté du Président de se présenter à un troisième mandat a provoqué un tsunami dans le landerneau politique. Les partis politiques de l'opposition et les organisations de la société civile ont créé un front uni contre le troisième mandat de Wade. La situation politique allait définitivement se dégrader lorsque Wade a voulu faire voter un projet de réforme constitutionnelle très controversé le 23 juin 2011. Cette réforme de la Constitution devait abaisser à 25 % le seuil minimum des voix nécessaires au premier tour pour élire un "ticket présidentiel" comprenant un président et un vice-président. Les sénégalais dans leur

écrasante majorité ont vu dans ce projet de loi constitutionnelle un moyen pour Wade père et fils de se maintenir au pouvoir. On parla alors à tort ou à raison de projet de dévolution monarchique du pouvoir. Des manifestations éclatèrent dans les principales villes du pays. Face à la détermination des sénégalais de tous bords ce 23 juin devant les grilles de l'assemblée nationale, le Président fit retirer in extrémis son projet loi.

Le 27 juin 2011, soit quatre jours après les manifestations du 23 juin, des émeutes de l'électricité ont fait vaciller le pouvoir libéral poussant l'armée à intervenir pour maintenir l'ordre. Le désamour entre « Gorgui » et le peuple sénégalais était arrivé à un point de non-retour.

C'est dans ce tourbillon politico-social que le Conseil Constitutionnel sénégalais valide la candidature du Président Wade à l'élection présidentielle de février 2012. S'ensuivirent des manifestations violentes dans presque toutes les localités du pays.

A l'issue du premier tour du scrutin, et selon les résultats donnés par le Conseil Constitutionnel, A. Wade arrive en tête avec 34,81% des voix valablement exprimées, suivi de Macky Sall crédité de 26,58% des suffrages valablement exprimés.

Au deuxième tour de l'élection présidentielle, tous les partis d'opposition conformément à leur engagement avaient décidé de soutenir sans condition la coalition dirigée par le candidat Macky. Ainsi, après le dépouillement et le comptage des voix par les organes habilités, Macky Sall sort nettement victorieux avec 65,80% des suffrages valablement exprimés contre 34,20% pour son ex-mentor et candidat sortant. Le Sénégal venait ainsi de vivre sa deuxième alternance politique. Cette victoire de Macky Sall met fin à douze ans d'hégémonie du clan Wade.

Il arrive au pouvoir après seulement trois années passées dans l'opposition. Ce qui a déjoué plus d'un pronostic, comparé aux vingt-cinq ans d'opposition du Président sortant. Il est perçu par la population comme un homme pondéré, poli, et travailleur. C'est avec lui en tant que premier ministre que les grands chantiers de Wade ont commencé à voir le jour. Né après les indépendances, la jeunesse sénégalaise voit en lui un leader capable de couper définitivement le cordon ombilical avec la France. Il a battu campagne sur deux thèmes : promotion d'une gouvernance sobre et vertueuse et mise en œuvre de son programme de développement dénommé *yonnu yokkuté* (la voie du développement). Deux promesses qui ont séduit les sénégalais dans leur immense majorité. Macky se voit ainsi crédité d'une légitimité populaire très solide. Dès son installation et la formation de son premier gouvernement dirigé par Abdoul Mbaye, brillant banquier et non moins fils de l'ex-Président de la Cour Suprême le

juge Kéba Mbaye, le nouveau président entreprit de traduire en acte les promesses qu'il avait faites au Sénégalais.

L'un des actes phares qu'il a posé au début de son mandat est sans doute la réactivation de la Cour de Répression de l'Enrichissement Illicite CREI. En ressuscitant la CREI, Macky entend traquer et faire revenir les milliards de francs CFA, supposés détournés et dissimulés par le clan Wade dans les banques nationales et internationales. Son ancienne ministre de la justice la dame de fer Aminata Touré dite Mimi, disait de la réactivation de la CREI qu'elle est « *une demande sociale* ». D'autres personnalités, en revanche y voyaient, ni plus ni moins qu'une chasse aux sorcières déclenchée par Macky contre ses anciens frères libéraux. L'heure de la vengeance avait-elle sonné ? Seul Karim Wade, ancien ministre et fils de l'ancien Président fut jugé et condamné à une peine de six ans d'emprisonnement et à une amende de 138 milliards de francs CFA (209 millions d'euros). Il faut noter que la CREI a suscité moult commentaires et avis différents, elle a même quelque peu divisé la société sénégalaise, mais elle a permis à Macky d'éliminer un adversaire politique sérieux, en l'occurrence Karim Wade et de tenir en respect ses ex-frères libéraux. Toujours dans la logique de matérialiser sa promesse d'une gouvernance sobre et vertueuse, le Président a mis en place l'Office National de Lutte contre la Fraude et la Corruption, OFNAC. Sa volonté clairement affichée de lutter contre la prédation des deniers publics lui a valu un regain de confiance des sénégalais.

L'autre grand chantier du premier mandat du Président Macky SALL est la promotion de l'équité sociale et de l'égalité des chances. Pour se faire, le Président de la République a mis en place un certain nombre de programmes à caractère social, très social même pour un libéral, diront certains. Nous pouvons en citer la bourse de sécurité familiale, la couverture maladie universelle, la carte d'égalité des chances, la gratuité de la césarienne, le Programme d'Urgence de Développement Communautaire, PUDC, le Programme d'Urgence de Modernisation des Axes et Territoires frontaliers PUMA, la Délégation à l'Entrepreneuriat Rapide des Femmes et des Jeunes DER/FJ, etc.

Tous ces programmes qui concourent à soulager les couches de la population les plus défavorisées lui ont permis de bénéficier encore du soutien et de la confiance des populations, surtout en zones rurales.

Macky Sall, conscient du poids électoral que représentent les confréries musulmanes au Sénégal, a pris le soin de soigner ses relations avec celles-ci, surtout après la bourde qu'il avait faite en déclarant que les « *marabouts étaient des citoyens ordinaires* ». A cet effet, il mit en place un important programme de modernisation des villes religieuses.

Macky SALL est né à Fatick, localité dont il a été le maire, en pays sérère mais ses parents sont originaires du Fouta. Il bénéficie à ce titre d'une large base électorale affective dans ces deux territoires. Lors de la présidentielle de 2019 ses scores dans le Fouta tournaient autour de 90% des voix.

Sur le plan international, la légitimité du régime de Macky ne souffre d'aucun doute. Comme à l'image du régime de Wade en 2000, le pouvoir de Macky jouit sur la scène internationale d'un grand respect et d'une grande considération.

C'est fort d'un bilan jugé largement positif par les sénégalais, après 7 ans de règne qu'il sera réélu lors de l'élection présidentielle de février 2019 dès le premier tour avec 58,26% des suffrages valablement exprimés.

Son deuxième mandat correspondant à la mise en œuvre de la phase 2 du Plan Sénégal Émergent PSE, le Président entend mettre l'accent sur l'accès universel au logement et sur l'amélioration du cadre de vie des sénégalais.

S'il existe un phénomène qui demeure constant dans le processus de légitimation du pouvoir politique au Sénégal, c'est bien le clientélisme politique. Il est défini dans www.larousse.fr comme le : *Fait pour un homme ou un parti de s'appuyer sur des clientèles pour augmenter son pouvoir politique*. C'est un système de réseautage qui permet à l'Etat central par la cooptation de figures locales d'étendre ses tentacules dans les coins les plus reculés du pays. Les patrons (agents de l'Etat, en même temps responsables politiques) en échange de voix et de renseignements bénéficient de la part du parti de sinécures et de privilèges. Les clients, en échange de leur vote attendent des patrons soutiens et aides matériels et financiers. C'est une relation donnant-donnant où chacune des parties trouve son compte. De L.S. Senghor à M. Sall, en passant par A. Diouf et A. Wade, le clientélisme politique apparaît comme un moyen sûr pour le parti au pouvoir de procéder à un maillage complet du territoire national. Ce mode de gouvernance a le mérite de contribuer à la stabilité du pays, comme le souligne d'ailleurs Hesseling « *la redistribution des richesses par la voie du patronage efface partiellement les frustrations. En outre, à l'instar de l'élite, les clients ravalent leurs critiques sur l'appareil d'Etat.* »¹¹²

L'autre trait de caractère commun à tous les pouvoirs qui se sont succédé au Sénégal est la personnalisation du pouvoir. En vertu de la constitution de la république, le Sénégal est passé du régime parlementaire (1960) au régime présidentiel (1963) puis à un régime présidentieliste. À la suite des événements de 1962 et s'inspirant fortement de la constitution

¹¹² Ibid. (Gerti Hesseling, Histoire politique du Sénégal, Institutions, droit et société, Karthala et ASC 1985), p373

de la cinquième république française, le législateur sénégalais a donné plein pouvoir au Président de la République. Le chef de l'Etat jouit d'une inviolabilité. Aucun manquement au respect dû à son rang n'est toléré.

Comme nous avons pu le constater, en fonction du contexte socio-politique, les régimes politiques au Sénégal ont déployé des mécanismes juridiques, politiques, sociaux, culturels et religieux pour s'assurer une légitimité auprès du peuple.

Mais quelle a été la position des médias dans l'espace politique sénégalais ?

CHAPITRE II : LA MEDIATISATION DE LA VIE POLITIQUE AU SENEGAL (1856 A 2000).

La médiatisation politique renvoie aux relations d'interdépendance entre les médias et la politique. Dans la préface du livre de Moustapha Barry, *Histoire des médias au Sénégal*, le Président de l'assemblée nationale, Moustapha Niasse évoquant les relations d'interdépendance entre la communication et la politique écrit ceci : « *Cela est tellement vrai que si le pouvoir n'existait pas, la presse risquerait d'être un moulin à vent sans grains à moudre, tout comme il est vrai que, si la presse n'existait pas, tout pouvoir risquerait d'être un animal marin évoluant dans les profondeurs d'un océan dominé par l'ennui dans la vaste vanité des choses de la vie.* »¹¹³ Au Sénégal, les relations entre la presse et le pouvoir politique remontent au milieu du XIX^{ème} siècle durant la période coloniale. Pour étudier la médiatisation de la vie politique au Sénégal, nous nous proposons d'analyser les relations entre presse écrite et pouvoir politique dans un premier temps et dans un deuxième temps d'examiner l'émergence et le développement de la radio et de la télévision dans l'espace politique sénégalais.

Section I : La presse écrite dans le processus de médiatisation de la vie politique au Sénégal.

Comme nous l'avons déjà écrit, les médias constituent des témoins privilégiés de leur époque, ils renseignent sur les grandes questions sociales, économiques, culturelles, sportives et politiques qui ont rythmé la vie de la société. Bref, les médias sont indubitablement la mémoire du groupe social. Pour renseigner sur les rapports entre pouvoir politique et médias, il faut remonter à l'époque coloniale avec la création des premiers journaux. En effet, la pénétration coloniale au Sénégal qui a débuté avec la conquête du Walo en 1854 a radicalement transformé les structures sociales, économiques et politiques du pays. Sur le plan économique, l'intensification de la culture arachidière, la présence de grandes maisons de commerce Bordelais, Havrais, et la présence en masse de négociants ont fini d'instaurer de nouveaux paradigmes économiques et commerciaux. Les intérêts s'entrechoquent, les paysans sénégalais se sentent surexploités et les élites divisées sur le modèle économique en cours dans la colonie. Sur le plan social également de grands bouleversements sont notés avec l'arrivée des français. Une élite constituée de blancs, de mulâtres et de noirs « évolués » a vu le jour face à la majorité indigène. La création des quatre communes (Saint-Louis, Rufisque,

¹¹³ Moustapha Barry, *Histoire des médias au Sénégal, de la colonisation à nos jours*, L'Harmattan, 2013

Dakar, Gorée) à partir de de 1872 a contribué à augmenter la fracture sociale. La volonté ferme du colonisateur d'imposer l'apprentissage de la langue française aux jeunes autochtones a rencontré quelques fois de vives oppositions de la part de leurs parents. L'islam, à travers la multiplication des daaras, faisait ainsi office de principal résistant à l'impérialisme culturel et religieux. Ce qui ne manquait pas de révolter une partie de la communauté française. La vie politique a été très animée avec la création des quatre municipalités et l'élection des conseillers généraux et du député à partir de 1879. Le projet expansionniste à l'intérieur de l'Afrique, notamment vers le Niger, a aussi alimenté les conversations politiques. Ainsi comme le souligne Roger Pasquier dans une excellente note intitulée : *Les débuts de la presse au Sénégal* publiée dans Cahiers d'études africaines : « Ainsi, vie politique et intérêts commerciaux semblent constituer autant d'éléments favorables la création d'un journal qui aurait été la fois le reflet et inspirateur de ces controverses. »¹¹⁴ Malgré cet environnement propice, plusieurs obstacles ont ralenti l'éclosion de la presse écrite. D'abord il y a la faiblesse du nombre de prospects, mais surtout, il y a l'opposition ferme de l'administration coloniale de voir se multiplier les journaux locaux, ceci en dépit de la reconnaissance de la liberté de presse par l'article 69 de la loi du 29 juillet 1881. Le gouverneur Genouille n'avait - il pas demandé en 1886 à la métropole de lui accorder des « pouvoirs extraordinaires » pour agir contre deux journaux ? Ses successeurs ont aussi montré la même hostilité au développement de la presse écrite locale. Et pourtant, quelque paradoxal cela puisse paraître, le premier journal de la colonie du Sénégal, *Le Moniteur du Sénégal et dépendances* a été créé sous l'autorité du gouverneur Louis Léon César Faidherbe en 1856. Il est important de préciser toutefois que ce journal servait d'outil de propagande à l'expansion coloniale vers l'intérieur de l'Afrique et de bulletin de renseignements pour la Métropole. Il jouait aussi le rôle de journal officiel où étaient publiés les décrets, arrêtés, déclaration de candidature, etc. Aujourd'hui on aurait classé *Le Moniteur du Sénégal et dépendances* dans la catégorie des médias d'Etat. Ce qui est intéressant avec ce journal comme le souligne Moustapha Barry dans sa thèse de doctorat (histoire des médias au Sénégal), c'est qu'il n'a jamais cessé de paraître, il a connu plusieurs mutations tant dans son contenu que dans son appellation. *Le moniteur* a traversé les siècles pour devenir aujourd'hui le *Journal Officiel de la République du Sénégal*.

¹¹⁴ Pasquier Roger. Les débuts de la presse au Sénégal. In : Cahiers d'études africaines, vol. 2, n°7, 1962. pp. 477-490.

En analysant les balbutiements de la presse écrite au Sénégal, R. Pasquier a pu déterminer deux périodes correspondant aux lignes éditoriales en vigueur. La première débute à partir de 1885 avec l'émergence d'une presse de « *contre-pouvoir* »¹¹⁵, d'après Moustapha Sow. En effet, en 1885, parût pour la première fois dans la colonie du Sénégal un média privé sous le nom de *Le Réveil du Sénégal*, créé par une riche famille de négociants bordelais les Devès-Crépin. Le journal s'est montré très tôt actif dans le domaine politique, adoptant une ligne éditoriale très critique à l'égard de l'administration coloniale. Déjà, lors des élections législatives de la même année le médium avait pris fait et cause pour J.J. Crépin contre A. Gasconi, soutenu, lui, par le pouvoir et les religieux catholiques. Le journal aborde tous les domaines de la vie sociale : la politique, la religion et la culture, l'économie et le commerce et même la littérature. *Le Réveil* encourage fortement la pacification du Fouta Toro et l'expansion coloniale vers le Niger. Il défend énergiquement la construction du chemin de fer qui selon lui « *donne d'un seul coup aux indigènes une idée exacte de leur infériorité vis-à-vis de nous... une conquête pacificatrice s'opère par ce puissant bélier* ». ¹¹⁶ *Le Réveil* s'est prononcé contre le droit de vote des noirs, et considère « *l'électorat indigène avec la fièvre jaune et le cléricalisme comme l'un des trois fléaux qui menace la colonie* ». L'islam a aussi subi les critiques du journal qui le considère comme une autre forme de cléricalisme. Dans la foulée de ses diatribes contre l'administration coloniale, l'organe de presse préconise l'élimination du Bureau des Affaires Politiques, qu'il juge incompetent et propose le modèle britannique avec le Civil Service. La mort du Damel Samba Laobé Fall le 06 octobre 1886, suivie quelques jours plus tard de celle de Lat Dior à Derklé a provoqué de vives réactions de la part du journal qui considère qu'ils ont été assassinés par le pouvoir politique.

Sur le plan culturel et religieux, *Le Réveil du Sénégal* préconise une assimilation progressive des noirs et leurs dénie le droit de s'autoorganiser dans le cadre de structures locales, comme un tribunal musulman qui jugerait en dernier ressort. Il encourage le service militaire obligatoire des noirs des communes, ce qui permettra une meilleure pénétration de la langue française. Pour le journal : « *il faut sortir ce pays de l'ornière et en faire une terre française* »¹¹⁷.

Sur le plan économique, la filière agricole intéresse particulièrement *le Réveil du Sénégal*. Les années 1885 et 1886 ont été marquées par de graves crises économiques dans la colonie. Le

¹¹⁵SOW Moustapha. Thèse de doctorat, Médias et pouvoirs politiques au Sénégal : étude de la transition d'une presse d'État vers un pluralisme médiatique. Sciences de l'information et de la communication

¹¹⁶ Pasquier Roger. op.cit.

¹¹⁷ Ibid.

journal propose comme solution un investissement massif de capitaux dans l'agriculture, la diversification des cultures et la modernisation des techniques culturales, notamment avec l'utilisation des engrais et la pratique de la jachère et dénonce les « *emprunts hypothécaires au taux usuraire de 12%* »¹¹⁸. En outre, le médium propose de libéraliser le commerce le long du fleuve Sénégal uniquement pour les nationaux. Le journal dénonce aussi le diktat des puissantes maisons de commerce soutenues par l'administration coloniale face aux petits commerces très vulnérables aux crises.

La demande de « *pouvoirs extraordinaires* » du gouverneur Genouille pour agir contre l'hebdomadaire resta vaine, il se vit rétorqué : « *vivre avec la liberté de la presse et mépriser les calomnies* »¹¹⁹. Finalement, c'est à la suite du retrait des principaux actionnaires que *Le Réveil du Sénégal*, arrêta ses publications en 1886. Malgré une courte existence, ce journal a pu jouer un rôle avant-gardiste dans l'avènement d'une presse privée indépendante au Sénégal. C'est ainsi que dans la même année les Devès-Crépin vont récidiver avec la création du journal *Le Petit Sénégalais*. Dans le sillage de son grand frère *le Réveil du Sénégal*, le nouveau journal marque d'emblée son indépendance par rapport au pouvoir politique en place. Tout comme le premier journal, le deuxième s'est illustré par des attaques en règle encore plus virulentes contre le système politique, le clergé et les jeunes musulmans qu'il qualifie de fanatiques hostiles au progrès. Toutefois, la particularité du *Petit sénégalais* est qu'il se complait dans des attaques personnelles avec une violence verbale inouïe et des détails sur la vie privée de ses cibles. Le gouverneur Genouille et quelques familles de la bourgeoisie saint-louisienne étaient ses principales victimes. A la suite de sa condamnation pour diffamation, à la suite d'une plainte d'une famille saint-louisienne, les principaux actionnaires se désolidarisent du journal, signant ainsi sa mort prématurément. Après la dissolution des journaux *Le Réveil du Sénégal* et *Le Petit Sénégalais*, le paysage médiatique a connu dix années de marasme. C'est en 1896 que furent créés trois journaux, marquant ainsi le début de la deuxième phase de la presse écrite dans la colonie du Sénégal. Il s'agissait de *l'indépendant*, de *l'Union Africaine* et de *l'Afrique Occidentale*. Les deux premières citées ont eu une existence éphémère, tandis que le troisième a fait son bonhomme de chemin avec une ligne éditoriale mettant l'accent sur les questions économiques et la défense des cultivateurs Sénégalais. R. Pasquier fait remarquer que cette deuxième phase coïncide avec la création de l'Afrique Occidentale Française (AOF) et l'achèvement de la pacification. Les questions de mise en valeur et d'économie occupaient une bonne place dans l'agenda

¹¹⁸ Ibidem

¹¹⁹ Ibidem

médiatique. La particularité du journal *l'Afrique Occidentale* est qu'il compte en son sein des journalistes noirs et mulâtres, ce qui allait indubitablement déteindre sur ses parutions. Par exemple, le chef du desk économie Louis Huchard est un mulâtre originaire de Gorée avec une riche carrière dans le milieu des médias. Il est le défenseur infatigable des cultivateurs sénégalais. Il a dénoncé avec véhémence leur surexploitation par les grandes maisons de commerce bordelais, marseillais et havrais, ainsi que le silence coupable de l'administration coloniale. Il est même allé jusqu'à ouvrir un bureau de conseils pour aider les indigènes à écouler leurs cultures sans passer par les syndicats. Ce qui lui a valu des déboires avec la justice. Pour Huchard, il était inconcevable que des bourgeois depuis la métropole fixent arbitrairement les prix de l'arachide, suçant ainsi les paysans sénégalais jusqu'à la dernière goutte de sang. Le journal a, dès son premier numéro, rejeté avec force cette conception raciste « *de la colonisation utilitaire, l'idée s'affirme que les colonies sont des fermes dont les populations sont le bétail* »¹²⁰. Pour le journal, si la colonie du Sénégal est économiquement en retard par rapport aux colonies britanniques et allemandes, c'est parce que le gouvernement inféodé aux grandes maisons commerciales ne fait rien pour conduire les réformes nécessaires à l'essor économique du Sénégal. Sur le plan politique, *l'Afrique occidentale* accuse l'administration d'incompétence et de désinvolture et s'oppose énergiquement au projet d'étendre le régime de pays protectorat au Sénégal. En outre, il tire à boulets rouges sur l'administration qui n'a rien fait pour les populations dans le domaine de l'habitat. Nous pouvons également souligner que *l'Afrique Occidentale* a servi à plusieurs intellectuels noirs de rampe de lancement sur la scène politique. Entre 1895 et 1934, l'on a pu noter une montée fulgurante de l'élite noire dans la sphère politique. Sur le plan social, Il (le journal) a œuvré à la pacification des rapports entre blancs et noirs face à la montée d'un certain discours à caractère raciste dirigé contre les autochtones. On peut d'ailleurs lire à travers ces colonnes ces phrases empreintes d'émotion : « *Il devrait y avoir une fraternité entre l'Européen pauvre qui vient les mains vides s'enrichir chez nous et l'indigène qui lui assure la consommation de ses produits. Pourquoi le commerce repousse-t-il l'enfant du pays mieux placé que tout autre pour servir d'intermédiaire ?* »¹²¹. Le journal a pu se maintenir malgré les contingences politiques, sociales et économiques jusqu'à la veille des indépendances.

A partir de 1900 commence une nouvelle phase dans la marche de la presse écrite sénégalaise. Toutes les conditions étaient réunies au niveau économique, social et politique pour son

¹²⁰ Ibidem

¹²¹ Ibidem

éclosion. Mais c'est surtout le volet politique qui va le plus stimuler la floraison de journaux : c'est l'ère des journaux politiques partisans ou journaux de circonstance. Les termes ne sont pas excessifs car ils traduisent en réalité la nature intrinsèque de la plupart de ces médiums apparus entre 1900 et 1934. En effet, le début du XXe siècle est marqué par de profonds bouleversements politico-administratifs. Les colonies françaises sont regroupées en deux grands ensembles : l'Afrique Occidentale Française (AOF) et l'Afrique Équatoriale Française (AEF) avec la nomination d'un gouverneur général à la tête de chaque entité. Ce changement de la structure politico-administrative va entraîner le recrutement d'un personnel politique qualifié. Les compétitions politiques se sont révélées âpres avec l'entrée fracassante d'une élite constituée de noirs, sénégalais de souche, cassant du coup le monopole de l'arène politique détenu jusque-là par les blancs et les mulâtres. La consécration pour ce nouveau groupe a été l'élection de Blaise Diagne à l'assemblée nationale française en 1914. Pour la première fois dans l'histoire politique de la colonie du Sénégal un noir s'est imposé devant les blancs et les métis, devenant ainsi le premier député noir de la France. Ce fut un séisme dans le landerneau politique sénégalais, la surprise fut énorme dans la classe politique. « *La victoire de Blaise Diagne aux élections législatives de 1914 est pour la minorité européenne et métisse une surprise, un coup de semonce. Elle met pratiquement fin au rôle des mulâtres en tant que leadership politique* »¹²². Cette élection va également impacter considérablement la production médiatique de l'époque. Le Dr Moustapha Barry écrit : « *Les hommes politiques investissent dans les journaux pour qu'ils leur servent de porte-voix ou de tribune. C'est ainsi que l'on constate des lignes éditoriales partisans. De plus en plus, la presse partisane occupe une position importante dans le paysage médiatique sénégalais, surtout avec des leaders politiques ou des partis politiques propriétaires de journaux. Certains d'entre eux signent des éditoriaux ou font partie des rédactions, s'ils ne les contrôlent pas simplement. Cet engouement envers la presse va entraîner une floraison de journaux politiques.* ». ¹²³ Blaise Diagne a montré l'exemple en s'appuyant sur le journal *La Démocratie du Sénégal*, créé par Jean B Daramy en 1912 lors de sa campagne victorieuse en 1914. Il ira plus loin en s'impliquant personnellement comme directeur politique du journal pour prendre en charge sa propagande politique. Son grand rival aux élections législatives de 1919 Jean F. Carpot s'est lui appuyé sur les médiums : *l'AOF*, *l'intransigeant* et la *Tribune* pour battre campagne. La particularité de ces journaux, au-delà de leur caractère politique et partisan, est leur existence

¹²² Série d'exposition n°2 : La presse au Sénégal – Des origines à l'indépendance (1856-1960) : Textes de présentation et de documents rassemblés à l'occasion de l'exposition tenue au Crd en 1978, p17

¹²³ BARRY, Moustapha, op.cit.

relativement courte. En effet, ils sont généralement créés pour servir un politicien ou un groupe politique et disparaissent à la disparition de leur auteur. D'autres journaux sont cédés ou vendus à un autre politicien engagé dans une bataille électorale. Comme l'illustre M. Sow : « *L'AOF fut ainsi achetée par Lamine Gueye et mise à la disposition de Galandou Diouf qui succéda à Blaise Diagne à l'Assemblée législative en 1936.* »¹²⁴ Chaque homme politique de l'époque se devait d'avoir son journal comme moyen de propagande, de persuasion et d'attaques, souvent violentes contre son adversaire. Une certaine presse raciste avait même vu le jour pour attaquer Blaise Diagne et les noirs « évolués ». Ces derniers, de leur côté, s'organisent en association et s'appuient sur les médias pour gagner des libertés et des élections. Ils se succédèrent ainsi à l'assemblée législative jusqu'à l'accession du pays à l'indépendance. La presse politique de cette époque était organisée autour des leaders politiques noirs (Blaise Diagne, Galandou Diouf, Lamine Gueye) qui désormais dominaient sans partage la scène politique de la colonie du Sénégal. A la suite du Dr Moustapha Barry, nous allons analyser et identifier les médias pro Diagne et les médias pro Diouf.

Blaise Diagne s'est appuyé sur la presse écrite durant toute sa carrière politique, il a très tôt compris la force de pénétration et de nuisance d'un tel médium allant même jusqu'à s'improviser journaliste politique. Faut rappeler que dès 1914 il s'est attaché les services du journal *La démocratie au Sénégal* appartenant à son ami Jean B Daramy, plus connu sous le surnom de Oxoby. Ce journal est ainsi le premier d'une liste à avoir soutenu l'action politique du natif de Gorée, il a beaucoup contribué à ses victoires contre Hemburger et Carpot. À la suite de sa rupture avec son ami Oxoby Blaise décida de porter sur les fonts baptismaux son propre journal sous le nom de *La France Coloniale*, qu'il confia à son fidèle collaborateur Amadou Dugay Clédor. *L'éclaireur de Saint Louis* et *La voix du Sénégal* comptent aussi parmi les souteneurs du premier député noir à siéger au Palais Bourbon. Sa volonté d'hégémonie sur la scène politique, ne supportant aucune voix discordante, l'a amené à vouloir museler la presse qui ne lui était pas favorable. Il tente ainsi d'empêcher la publication de *L'Ouest Africain* de son ex-ami Oxoby et de *L'AOF* de Lamine Gueye. Le journal *L'Opposition* fut son plus coriace pourfendeur, allant jusqu'à déclarer publiquement « *Tout ce qui est contre Blaise est notre* ». ¹²⁵A côté de ces journaux d'opposition à Blaise, on pouvait également distinguer d'autres moins critiques et plus modérés ; *L'AOF républicaine*, *L'Action sénégalaise*, pour ne citer que ceux-là.

¹²⁴ SOW Moustapha. op.cit.

¹²⁵ Barry Moustapha, op.cit.

Galandou Diouf s'est inspiré de l'exemple de son ex-mentor pour lui aussi s'entourer de journaux dans ses combats politiques. Pour la petite histoire, il faut noter que Galandou a été le plus proche collaborateur de Blaise, cependant, à la suite de luttes de positionnement avec Amadou Dugay Clédor, il jeta l'éponge ne pouvant pas supporter la préférence du député pour son rival. Il s'allie avec Oxoby bénéficiant de fait du soutien de son journal et rallie à sa cause d'autres journaux pour faire face à son ex-ami et leader, Blaise Diagne. Parmi les organes de presse qui ont soutenu sa vision politique nous pouvons citer : *L'Ouest Africain*, *L'AOF*, *Le Sénégal*, *Périscopie Africain*, *La Sirène Sénégalaise*, *L'Echo de Rufisque*. Malgré le soutien de tous ces journaux, Diouf a perdu toutes les élections qui l'ont opposé à Blaise Diagne. Il n'accède au Palais Bourbon qu'à la mort de ce dernier en 1934. Lamine Gueye était le propriétaire de *L'AOF*, qu'il mit par la suite à la disposition de Galandou. Léopold Sédar Senghor, lui aussi entré en politique en 1945 a suivi l'exemple de ses aînés en mettant sur pied dès 1948 son journal, *La Condition Humaine*, puis en 1959, son hebdomadaire sous le nom de *L'Unité Africaine*, chargé d'assurer la propagande politique de l'Union Progressiste Sénégalaise (UPS). Ces médiums étaient pour la plupart créés dans des périodes d'effervescence politique parce qu'ils avaient pour vocation de prendre en charge les aspirations des politiciens et non celles du peuple. Une cartographie des organes de presse de l'époque nous renseigne qu'ils étaient tous localisés dans les quatre communes. Ce qui s'explique par le fait que seuls les habitants de ces localités, considérés comme citoyens français, avaient le droit de vote. En plus, l'intelligentsia de la colonie qui pouvait manifester un intérêt pour la presse était éparpillée dans les quatre communes. Cette situation va perdurer jusqu'à l'avènement des communes mixtes qui va étendre le droit de vote. Les communes de la deuxième génération se sont développées entre 1904 et 1926. D'abord Thiès, Louga, Foundiougne, Tivaouane ; puis en 1917 Ziguinchor, Kaolack, Fatick, Diourbel ; en 1925 Kébémér, Khombole et Mékhé ; en 1926 Bambey, Gossas, Mbour.

La dynamique de création des journaux est ainsi décrite par M. Barry : « *Entre 1885 et 1914, il y a eu 10 journaux à Saint-Louis, 15 à Dakar et aucun dans les autres localités du pays. Entre 1914 et 1945, il y en avait 14 à Saint-Louis et 47 à Dakar devenu entre-temps la capitale de l'Afrique occidentale française alors que Saint-Louis n'était que la capitale de la colonie sénégalaise. Les villes comme Mbour, Thiès et Ziguinchor étrennent leurs premiers journaux plus tard.* »¹²⁶ Cette forte dynamique de création de journaux s'explique par le fait que chaque parti ou groupement politique avait au moins un organe de presse pour porter ses

¹²⁶ Barry Moustapha, op.cit.

idéaux politiques. Certains en avaient deux voire trois. Il faut toutefois préciser qu'à côté de ces journaux politiques partisans, il existait des journaux d'information politique dont la vocation n'était pas de servir les intérêts d'un parti ou groupement politique, mais de traiter et de diffuser l'information politique sans parti pris manifeste.

Quid de la liberté de la presse dans la colonie du Sénégal ? Aussi paradoxal que cela puisse paraître, la liberté de la presse était bel et bien une réalité au Sénégal. Le paradoxe tient du fait que l'on puisse parler de liberté d'expression dans un territoire colonisé. Pour comprendre cette situation il faut se reporter aux régimes juridiques qui ont régi la colonie du Sénégal. En 1848 le siège de député de la colonie du Sénégal a été institué, puis supprimé en 1851. Il ne sera rétabli qu'en 1871, soit vingt ans après. En 1872, Saint-Louis et Gorée furent érigés en commune sous le modèle français, et devinrent des territoires français entraînant de jure et de facto la citoyenneté française pour leurs populations. Dakar et Rufisque suivront quelques années plus tard, portant le nombre de communes à quatre. Ces territoires français, outre atlantiques étaient naturellement régis par la constitution, les lois et règlements de la France. A ce titre, ils devaient voter pour choisir le député qui allait les représenter à l'assemblée législative de la mère patrie. Le reste du territoire sénégalais était régi par le code de l'indigénat. Le code de l'indigénat fut adopté le 28 Juin 1881. Le code de l'indigénat renvoie à un ensemble législatif et réglementaire répressif, élaboré dans les colonies françaises à l'encontre des seuls indigènes. Il consacre l'infériorité des sujets français et les prive de l'ensemble des droits reconnus dans la déclaration des droits de l'homme et des citoyens de 1789. Ce code liberticide sera définitivement supprimé par la loi Lamine Gueye en 1946. La liberté de la presse sur l'ensemble du territoire français, y compris les quatre communes, sera officiellement consacrée par l'article 69 de la loi du 29 juillet 1881. *« Trois principes caractérisent cette loi de 1881. Elle acte un régime administratif de la presse exempt de tout contrôle préalable comportant une obligation de déclaration auprès du procureur de la République et des formalités de dépôt des périodiques. Elle définit également diverses infractions (diffamation, provocation aux crimes et délits) visant à instituer un équilibre entre la liberté d'expression et la protection des personnes susceptibles d'être caractérisées quels qu'en soient le support et le moyen d'expression. La seule condition exigée tient à la publicité portant sur l'infraction de la connaissance d'autrui. Cette loi établit également un régime de responsabilité pénale spécifique en instituant la présomption de responsabilité du directeur de publication. Elle met en place un régime particulier dérogeant au droit commun des infractions réduites à trois mois afin de protéger la liberté de la presse. Cette protection ne signifie pas qu'il n'y a pas de sanction. Le législateur français en a prévu dans son article 27*

qui sanctionne la publication ou la reproduction de fausses nouvelles, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongères pour des tiers même si elles ne troublent pas la paix publique et sont commises de mauvaise foi. Il prend aussi en compte la protection de certaines autorités comme le président de la République, les ambassadeurs, les ministres plénipotentiaires ou agents diplomatiques et les agents diplomatiques accrédités. Il s'agit du délit d'offense au président de la République, aux chefs d'État et de gouvernements étrangers, de l'outrage aux ambassadeurs, ministres plénipotentiaires ou agents diplomatiques. Mais cette loi a subi de nombreuses réformes en France. Entre autres réformes, celle qui a donné naissance à la loi du 15 juin 2000, qui a supprimé les peines d'emprisonnements. »¹²⁷ L'adoption de cette loi a été un puissant stimulus à la création d'organes de presse même si, il faut le préciser, dès 1844 et 1856 l'administration coloniale publiait déjà respectivement son journal officiel et le Moniteur du Sénégal et dépendances. Cette loi n'était pas non plus un blanc-seing en faveur des journaux. *Le Petit Sénégalais* a perdu la confiance de ses actionnaires par suite de sa condamnation à une somme faramineuse pour délit de diffamation. Il faut également noter que des tentatives de musellement de la presse ont eu lieu à l'époque. D'abord le gouverneur Genouille dans une dépêche en date du 28 novembre 1886 demandait au sous-secrétaire d'Etat des pouvoirs extraordinaires pour agir contre les journaux qui lui étaient hostiles. Son idée était sans doute d'interdire purement et simplement *Le Réveil du Sénégal* et *Le Petit Sénégalais*. Il n'eut pour réponse qu'un conseil de de La Porte : « inutile, il faut vivre avec la liberté de la presse et mépriser les calomnies. »¹²⁸ Ensuite, Blaise Diagne, du haut de son statut de député, s'essaya à l'interdiction des publications qui lui étaient défavorables, mais il sera farouchement combattu, notamment par ses anciens amis, à savoir Oxoby, Galandou Diouf et Lamine Gueye. Moustapha Barry nous informe qu'entre 1945 et 1960 il existait au Sénégal plus de 170 journaux avec des lignes éditoriales et des durées de vie différentes. Il faut aussi noter qu'après la deuxième guerre mondiale l'agenda politico-médiatique tournait principalement autour de la question de l'indépendance. Les médias étaient pour ou contre l'indépendance, selon la position des promoteurs. La liberté de la presse était devenue un acquis irréversible dans la colonie du Sénégal. Mais cette liberté de la presse sera-t-elle préservée dans la République du Sénégal ? Rien n'est moins sûr.

En 1960 le Sénégal accède à la souveraineté internationale sous la houlette de Léopold Sédar Senghor. Le premier Président du Sénégal indépendant soucieux de préserver l'unité nationale

¹²⁷ Barry Moustapha, op.cit.

¹²⁸ R. Pasquier, Ibidem

décida d'interdire purement et simplement les médias privés. Seuls les médias d'Etat avaient droit de paraître. Il en existe principalement deux : *Le Soleil* et *L'APS*.

L'histoire du quotidien national *Le Soleil* remonte à 1933 avec la création du journal Paris-Dakar par de Breteuil. A l'indépendance, le journal change d'appellation et devient Dakar-Matin, son premier numéro est publié le 05 avril 1961. En 1970, le Président Senghor crée la Société Nationale de Presse et de Publication (SNPP), qui deviendra plus tard Société Sénégalaise de Presse et de Publication (SSPP). Charles de Breteuil cède Dakar-Matin à la SNPP qui lui donne l'appellation : *Le Soleil*. Selon Senghor, *Le Soleil* « c'est simple, ça éclaire et ça dure ». Les ambitions du Président pour ce nouveau médium sont sans équivoque. Il doit « *Être digne de ce nom ; refléter la pensée politique du gouvernement sinon du parti ; après la première mise de fond, le quotidien doit être bien géré et ne rien coûter à l'État.* »¹²⁹ Les instructions de l'autorité suprême sont claires comme l'eau de roche, *Le Soleil* devait être au service exclusif du parti ou du parti-Etat, pour être plus précis. Dans les années 1960, les Etats postcoloniaux présentaient presque tous la même configuration : un Président fondateur, un Etat autoritaire, des médias exclusivement au service de la propagande Étatique et la confiscation de la liberté d'expression. Le République du Sénégal ne faisait pas exception. La presse est l'intermédiaire entre le pouvoir politique et le peuple. Elle a vocation de magnifier les réalisations du pouvoir et d'être à l'avant-garde de la construction mythique du chef. Aucune voix discordante ne saurait être tolérée. Le pluralisme médiatique ne pouvait être observé qu'avec les médias d'Etat. En plus du *Soleil*, le Président Senghor avait aussi créé l'Agence de Presse Sénégalaise (APS). Porté sur les fonts baptismaux le 2 avril 1959, *l'APS* « a pour objet de recueillir, tant dans l'ensemble des pays membres de la communauté qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et exacte ; de mettre, à titre onéreux, cette information à la disposition des usagers ». ¹³⁰ Selon ses textes, le journal doit informer juste et vrai, sans coloration politique et qu'aucun compromis à ce niveau n'était envisageable. Dans le décret du 16 mars 1967 portant organisation et fonctionnement de *l'APS*, il est clairement stipulé qu'elle « ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influence ou de considération de nature à compromettre l'exactitude et l'objectivité de l'information, elle ne doit en aucune circonstance passer sous contrôle de droit ou de fait d'un groupement politique, idéologique ou économique ». ¹³¹ Son créateur avait manifestement la volonté d'en faire un organe de presse apolitique. Et comme pour joindre

¹²⁹ Moussa Paye – La presse et le pouvoir, in : « Sénégal. Trajectoire d'un État, Dakar, Codesria, 1992, 339

¹³⁰ Ordonnance n°59-054 du 31 mars 1959.

¹³¹ Décret du 16 mars 1967 fixant les règles d'organisation et de fonctionnement de l'APS.

l'acte à la parole, il fut décidé que le Directeur Général de *l'APS* ne pouvait pas revendiquer une appartenance politique. En revanche le conseil d'administration était essentiellement composé de représentants de l'exécutif, allant de celui du Président de la République à ceux des autres ministères. *L'APS*, tout comme *Le Soleil* fonctionne grâce à la subvention de l'Etat. Étant un journal avec moins de tirages par rapport au *à l'astre de Hann*, *l'APS* est totalement dépendante des pouvoirs publics pour payer les salaires et assurer son bon fonctionnement. Les différents Directeurs Généraux qui se sont succédé à la tête de l'agence se sont toujours arrangés à maintenir une ligne éditoriale conformément aux aspirations du pouvoir en place. Nonobstant la faiblesse des moyens et les tensions récurrentes de trésorerie, les journalistes de *l'APS* abattent un excellent travail, reconnu au-delà de nos frontières. La volonté ferme du gouvernement sénégalais de monopoliser les médias, sans concession aucune, a contraint les journaux d'opposition à entrer dans la clandestinité. Il faut attendre les années 1970 coïncidant à l'ère d'un multipartisme progressif pour voir les journaux appartenant aux partis d'opposition reconnus paraître sans représailles. « *Des journaux clandestins, comme L'Écho du Sénégal (créé en 1964) ou Xarebi (1969), parurent au grand jour et de nouveaux titres comme Le Démocrate (1974) ou Promotion (1976) furent créés.* »¹³² Cette situation de domination quasi-totale des médias par le régime de Senghor va durer jusqu'à son départ du pouvoir. Son successeur à la tête de l'Etat le Président Abdou Diouf, va à partir des années 1980 amorcer une série de mesures qui vont ouvrir l'ère du multipartisme politique et du pluralisme médiatique. Momar-Coumba Diop, introduisant l'ouvrage *Le Sénégal à l'heure de l'information, Technologie et société*, écrit : « *les élections présidentielles de février 1988 constituent une étape importante dans l'essor des médias. Une forte demande d'informations, principalement politiques, rencontre une offre de professionnels dont les journaux étaient jusqu'ici très discrets en raison d'un faible lectorat et parfois de problèmes de qualification professionnelle, de l'indifférence des autorités gouvernementales et des moyens disponibles. Sopi créé par le PDS à l'occasion de ces élections, a joué un rôle important dans l'émergence de la demande en information politique.* »¹³³ Ces élections constituent un tournant décisif dans la médiatisation de la vie politique au Sénégal. Les journaux *Wal Fadjri* et *Sud Hebdo* créés respectivement en 1983 et 1987 deviennent des hebdomadaires. Il faudra attendre les années 1993 et 1994 pour voir *Sud Hebdo* et *Wal Fadjri* respectivement venir gonfler la liste des quotidiens nationaux à côté du *Soleil*. Trois ans plus tard, le journal *Le Matin* vient porter

¹³² Wittmann, Frank. « La presse écrite sénégalaise et ses dérivés. Précarité, informalité, illégalité », *Politique africaine*, vol. 101, no. 1, 2006, pp. 181-194.

¹³³ Momar Coumba Diop, *Le Sénégal à l'heure de l'information, Technologie et société*, Karthala, 2003.

à quatre le nombre de quotidiens d'informations générales. Il est important de noter que durant cette période la prédominance de l'information politique dans les colonnes des journaux était très nette. On a également pu observer une tendance baissière de la création de journaux par les partis politiques. En 2018 on pouvait dénombrer une vingtaine de quotidiens et une cinquantaine de publications de presse hebdomadaires et mensuelles.

La presse écrite est aussi marquée par la satire. Le journal satirique relaye l'information politique ou les faits divers par la caricature et par la moquerie. Au Sénégal, c'est en 1977 que va paraître pour la première fois un journal satirique, *Le Politicien*. Ce journal s'inspirant fortement du *Canard enchaîné* français a été le précurseur de la presse satirique en Afrique de l'Ouest. Il connut un franc succès auprès des populations jusqu'à ce que les difficultés économiques le contraignent à disparaître en 1987. C'est par la suite que des journalistes du défunt titre se sont associés pour créer le *Cafard libéré*, un hebdomadaire satirique et d'investigation. Plusieurs journaux satiriques ont été créés au Sénégal, mais ont eu des durées de vie relativement éphémères, on peut citer *Cocorico*, *Lamb-ji*, *Vive la République* et le quotidien *Taxi Le Journal*. Actuellement au Sénégal, Ibou Fall se présente comme le roi de la satire avec son mensuel *Le P'tit Railleur Sénégalais*. Il y a aussi Oumar Diakité alias *Odia* qui publie dans les colonnes du quotidien *La Tribune*. La satire heurte et choque quelques fois la conscience d'une communauté (on se rappelle les caricatures sur le prophète Mouhamed P.S.L et tout le problème qui s'en est suivi), mais demeure un outil de communication politique important dans l'édification de l'opinion publique. En annexe, on propose quelques numéros du journal satirique *Lamb ji* relatant les élections présidentielles de 2000 entre le Président Abdou Diouf et son opposant historique Abdoulaye Wade.

Dans une contribution intitulée *La presse écrite sénégalaise et ses dérives, Précarité, informalité, illégalité*, Frank Wittmann a mis le doigt sur trois obstacles à l'essor des titres au Sénégal, à savoir : Le déficit de liberté, de rentabilité et de professionnalisation.

La première faiblesse est d'ordre politique. « *Depuis l'alternance, la liberté de la presse a été mise à rude épreuve.* »¹³⁴ Nous reviendrons sur les relations heurtées entre le pouvoir de l'alternance et les journalistes. La deuxième faiblesse est d'ordre économique. La presse écrite souffre d'un faible taux de lectorat, le niveau d'alphabétisation chez les adultes étant très faible (29,3%). En outre, seul 12% de la population adulte achète régulièrement les journaux, les sénégalais ayant l'habitude de se les passer entre eux. « *Il arrive le plus souvent*

¹³⁴ Wittmann, Frank, op.cit.

*qu'un seul exemplaire de journal serve à informer une dizaine de personnes, voire plus ».*¹³⁵

Last but not least, la vente de journaux rapporte peu, le prix de vente d'un quotidien est compris entre 100 et 200 FCFA et les coûts de production sont exorbitants. La rareté des annonces publicitaires vient encore compliquer une situation économique très fragile. Face à cette situation, l'Etat a décidé depuis les années 1980 d'accorder une aide à la presse. Le Fonds d'Aide à la Presse (FAP) créé en 1996 par le Président Abdou Diouf est estimé en 2021 à 700.000.000 millions de FCFA. Cependant les critères et méthodes d'allocation controversés et politisés rendent cette aide moins efficace. En accord avec le nouveau code de la presse, adopté par le gouvernement du Sénégal en réunion du conseil des ministres, il a été créé le Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) le 27 janvier 2021, après la signature, par le président de la République, du décret 2021-178 fixant ses modalités d'organisation et de fonctionnement. L'objectif de ce fonds est d'assainir, de renforcer et de moderniser les entreprises de presse. L'enveloppe qui est destinée à la presse sera considérablement revue à la hausse. Le FADP dont l'entrée en vigueur est prévue en 2022 apparaît comme une bouffée d'oxygène à un secteur bien mal en point. La troisième faiblesse de la presse écrite est liée à un déficit de professionnalisme. Les conditions de travail très précaires des journalistes et la faiblesse des rémunérations expliquent en grande partie la détérioration de la qualité des ressources humaines. En effet, beaucoup de journalistes après avoir acquis une expérience professionnelle avérée, préfèrent quitter les rédactions pour monnayer leurs talents et savoir-faire ailleurs, laissant ainsi la place à de jeunes journalistes inexpérimentés, mais qui acceptent des salaires misérables et des conditions de travail difficiles. Ces faiblesses évoquées en engendrent d'autres qui ont pour nom : informalité et corruption.

L'informalité dans le secteur de la presse écrite transparaît à deux niveaux ; au niveau de la distribution et au niveau de la production. L'Agence de distribution de presse (ADP), en plus de réclamer l'exclusivité de la distribution des tirages, fixe des conditions qui laissent peu de marge à l'éditeur. A cela s'ajoute son incapacité à assurer le maillage complet du territoire. C'est pourquoi les journaux se tournent de plus en plus vers la distribution informelle assurée par quelques commerçants de Dakar. Le secteur informel propose de meilleures rémunérations aux vendeurs et *« demande aux éditeurs une commission inférieure, négociée au cas par cas. Étant donné le coût plus élevé des services de l'ADP, la majorité des rédactions travaille donc avec des commerçants informels, comme Bamba Guèye ou Samba*

¹³⁵ N. Loum, Les médias et l'État au Sénégal. L'impossible autonomie, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 132.

Sy. »¹³⁶ L'implication du secteur informel va au-delà de la distribution des journaux, il participe pour certains cas à la production des journaux, tel un actionnaire. *« En d'autres termes, une majorité des rédactions sénégalaises confie son produit pour un prix fixe, à l'un des grands commerçants informels qui assume tous les frais structurels de la réalisation, de l'impression, de la distribution et de la vente du journal et qui empoche les bénéfices éventuels. »*¹³⁷ Ce virement de la presse écrite vers le secteur informel a pour conséquence de compliquer le travail de recouvrement des services des impôts et domaines et d'exposer celle-ci à la tutelle de commerçants ou autres affairistes.

La fragilité économique rend les titres de presse vulnérables à la corruption. Des journalistes sous-payés et surexploités deviennent des « proies » faciles pour les marabouts, sportifs et politiciens en mal de popularité. Le per diem ou frais de transport sert ainsi de couverture à toutes les pratiques de corruption. L'ancien secrétaire général du syndicat des professionnels de l'information et de la communication, feu Alpha Sall avait abordé la question en des termes très clairs *« La main qui donne est toujours supérieure à celle qui reçoit. Un journaliste doit toujours se sentir en parfaite égale dignité avec son interlocuteur et poser des questions qu'on doit poser au nom du public. Je ne pense pas que quelqu'un qui fait un travail et qui s'attend à la fin à un cadeau soit dans cet état. »*¹³⁸ C'est un secret de polichinelle, le milieu de la presse est gangrené par la corruption à des niveaux insoupçonnés. Avec le nouveau code de la presse les professionnels de l'information et de la communication espèrent revaloriser le métier de journaliste et assainir le milieu de la presse.

Comme nous avons pu le constater durant nos recherches, la presse écrite sénégalaise a connu plusieurs vies.

La médiatisation de la vie politique au Sénégal s'est également faite avec la radio et la télévision, qui sont devenues des médiums incontournables dans la communication politique.

Section II : L'audiovisuel dans l'espace politique sénégalais.

L'avènement de la radio et de la télévision a profondément modifié les rapports entre pouvoir politique et médias.

¹³⁶ Wittmann, Frank, op.cit.

¹³⁷ Entretien avec Samba Sy, 5 juin 2003, in Wittmann, Frank. « La presse écrite sénégalaise et ses dérivés. Précarité, informalité, illégalité », Politique africaine, vol. 101, no. 1, 2006, pp. 181-194

¹³⁸ Intervention de Alpha Sall à l'occasion de la conférence « La construction de l'espace médiatique au Sénégal », Dakar, Goethe Institut, 16-17 juin 2003.

1. Les interactions entre pouvoir politique et radio au Sénégal.

La radiodiffusion a été inventée en 1920 et a diffusé pour la première une émission en France en 1921. Ce n'est que 18 ans plus tard qu'elle va émettre pour la première fois au Sénégal sous le label de *Radio Inter AOF*, qui comporte deux chaînes, à savoir : *Dakar-inter* et *Dakar-inter-AOF*. Le contexte d'implantation de la première radio dans les colonies françaises est rythmé par le déclenchement de la deuxième guerre mondiale et par la volonté expansionniste de la France dans un continent accidenté et dépourvu de moyens de communication modernes. S'étant révélée comme un moyen ultra efficace de communication de masse, la radio devait être la voix de la France en Afrique noire. Pour ce faire, le colonisateur opte pour une démocratisation de la radio en introduisant d'une part les langues nationales dans les programmes et d'autre part en procédant à une régionalisation de la radio. C'est ainsi qu'il fut créé une station radio à Saint Louis, couvrant la colonie du Sénégal et de la Mauritanie, une autre à Abidjan pour la colonie de la Côte d'Ivoire, une autre station radio à Conakry pour la Guinée, etc. Le journaliste Kadialy Diakhité écrit dans son ouvrage *Promesses et désespoirs d'un service public, La Radiodiffusion Télévision Sénégalaise* : « *La régionalisation de la radiodiffusion sur le territoire de l'AOF a permis de mieux cibler les populations locales dans leur grande diversité linguistique et culturelle, et de procéder à une couverture plus efficace de l'espace.* »¹³⁹ La radio a ainsi permis aux colonisateurs de pouvoir se projeter aux coins les plus reculés de l'Afrique au sud du Sahara, elle a servi à la transmission de directives politiques et militaires. Diakhité de renchérir « *La radiodiffusion s'est révélée comme étant l'instrument idéologique idéal et efficace pour contrôler l'empire colonial et ses ressources.* »¹⁴⁰ Ce nouveau médium a également pu servir d'outil de domination culturelle par une diffusion abondante d'émissions en langue française. A travers la radio raisonne la voix du maître, celle qui disait la vérité. L'administration coloniale étant la seule détentrice de l'information vraie et étant aussi la seule opératrice des stations radio, tout ce qui se disait à travers les ondes était forcément vrai. L'information vraie et crédible ne pouvait provenir que de la radio. Le rôle fondamental de la radio durant la période coloniale peut se résumer en ces quelques phrases « *Radio-Inter-AOF avait une vocation fédérale et les stations de radio implantées dans les territoires avaient une vocation régionale. Elles n'étaient pas constituées en réseau mais travaillaient pratiquement comme tel. Elles étaient les supports et les véhicules d'une même politique et d'une même idéologie conçue par le colonisateur, en*

¹³⁹ Diakhité Kadialy, *Promesses et désespoirs d'un service public, La Radiodiffusion Télévision Sénégalaise*, L'Harmattan 2013,

¹⁴⁰ Ibidem.

direction à la fois, de l'administration coloniale, de ses différents auxiliaires et des populations indigènes administrées.»¹⁴¹A l'accession du Sénégal à la souveraineté internationale, le nouveau pouvoir politique a hérité de la radiodiffusion coloniale avec tout le mythe qui l'entoure. Les nouvelles autorités politiques se sont substituées au colonisateur tout en gardant les mêmes pratiques, une radio au service de la propagande du parti et de l'Etat. La station de radio Dakar-Inter-AOF est devenue la Chaîne Nationale. Dakar-Inter est devenue la Chaîne-Inter, actuelle Radio Sénégal Internationale (RSI). Senghor avait imposé les mêmes restrictions que celles qui étaient en vigueur avec la presse écrite sous le prétexte d'une nécessaire sauvegarde de l'unité nationale. Les stations régionales étaient toutes créées par l'Etat et placées sous l'autorité des gouverneurs. Le monopole de l'Etat sur les chaînes de radio était total. Considérant la radio comme un outil de production du consentement et un moyen d'interagir avec son peuple, le Président de la République s'implique personnellement dans l'élaboration des programmes de radio Sénégal. C'est à ce titre qu'il tenait particulièrement à la diffusion de certaines émissions comme « disso ». En français « disso » signifie concertations, c'était un panel qui permettait aux trois P (paysans, pasteurs et pêcheurs) d'échanger, de faire part de leurs difficultés et de bénéficier des techniques modernes de production dans leurs domaines respectifs. La culture et l'éducation occupaient une bonne partie du programme des chaînes de radio. Le dispositif de maillage radiophonique du territoire national voulu et réalisé par les pouvoirs publics était destiné à diffuser et à renforcer l'Etat-nation et à vulgariser la politique de développement de l'Etat. Sous ce rapport, la radiodiffusion était tout simplement un instrument de vulgarisation de la politique du pouvoir. Le Président de la République, son gouvernement et pratiquement tous les hauts fonctionnaires suivaient très attentivement les productions radiophoniques. Ils constituaient un public assez particulier, pouvant à l'occasion faire des remarques ou même sanctionner un journaliste « qui aurait mal fait son travail ». Cela mettait une pression particulière sur les communicants. Cette surveillance stricte de Radio Sénégal s'explique par le fait que les autorités ont très tôt compris l'importance d'avoir sous contrôle ce médium et les avantages qui pouvaient en découler. Durant les premières heures de la crise décembre 1962, les camps de Dia et de Senghor se sont livrés une bataille acharnée pour le contrôle de la radio d'Etat. Moussa Paye nous raconte cet épisode très intéressant mais méconnu de la plus importante crise constitutionnelle que le Sénégal indépendant ait connue : « ...il fut annoncé que "Alioune Tall donnerait une conférence de presse et que Mamadou Dia s'adresserait à 20 heures au

¹⁴¹ Ibidem.

pays pour justifier son action". Conscient de l'importance stratégique du contrôle des médias, un groupe de partisans du Président du Conseil tenait l'immeuble de la Radio, sous la protection des forces de gendarmerie restées fidèles au Président du Conseil. Mais le Président Senghor leur brûla la politesse : C'est de Yeumbeul que fut diffusé l'appel du Président de la République, dont les occupants de Radio-Sénégal coupèrent la fin, pour tenter de passer l'appel enregistré deux heures auparavant, de Mamadou Dia. Cette fois-ci, c'est l'émetteur de Rufisque qui interrompit cette diffusion au bout de quelques secondes. Magatte Lo (1986) raconte comment il réussit à s'introduire à la station du centre émetteur de Rufisque avec un parachutiste comme garde du corps, en compagnie de Théophile James, vers 0 h.15 : Tout en faisant croire aux auditeurs que je me trouvais dans les locaux de la radio à Dakar, je lus le message à deux reprises. Et pour permettre à toute la population d'en comprendre clairement le sens, je traduisis le texte en ouolof (...). Malgré l'heure tardive, tout le Sénégal était à l'écoute. Dès que j'eus terminé de lire le message du Président à la radio, les foules déferlèrent dans les rues de la capitale, comme dans les plus petits villages de la campagne, pour acclamer le nom de Senghor (Lo) »¹⁴². Un aspect de cette mainmise du pouvoir politique sur la radio est symbolisé par la création du Conseil Consultatif des Programmes (CCP). Composé de fonctionnaires et d'agents représentant diverses institutions de l'Etat. Le CCP avait pour mission de définir les orientations des différents programmes de la radio. Il devait aussi évaluer le travail de la radio. Toutes les activités de la radio devaient refléter la volonté et la vision du président de la république. La radiodiffusion du Sénégal post indépendance était un outil de propagande et les journalistes devaient obligatoirement être au service de cette propagande. Ce qui est d'ailleurs confirmé par l'ancienne présentatrice vedette du journal et ancienne directrice de la télé Mme Sokhna Dieng Mbacké à travers ses propos rapportés par K. Diakhité : « qu'il faut des journalistes engagés pour la cause de l'État. Ce qui fut la chance du président Diouf ». A cette époque, toute démarche journalistique devait être fondée par la loyauté et la fidélité à l'Etat, au parti et au Président de la République. Toute autre posture contraire était considérée comme un acte de défiance et de trahison. Il n'était pas demandé au journaliste de faire de l'information, mais de montrer les réalisations du chef de l'Etat pour lesquelles il a été élu par son peuple. Une position qui a été soutenue par une voix plus autorisée, celle du premier ministre Habib Thiam, qui répondant à un député qui réclamait l'allègement du contrôle de l'Etat sur ses médias disait que les journalistes des médias d'Etat : « ont un devoir de loyauté vis-à-vis de l'État » et que « ceux

¹⁴²Moussa Paye, op.cit. p 376

d'entre eux qui n'ont pas la même perception de leur obligation pouvaient aller voir ailleurs ». La messe est ainsi dite, ces journalistes sont des laudateurs de la politique présidentielle. Et d'ailleurs, le Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) créé en 1965 avec l'appui de l'UNESCO ne formait à l'époque que des journalistes dévoués à la cause de l'Etat. Les étudiants du CESTI généralement originaires d'une dizaine de pays francophones et même lusophones étaient formés à servir l'Etat au retour dans leurs pays respectifs. Cette hégémonie des radiodiffusions d'Etat sur l'espace public va se poursuivre jusqu'aux années 1990. A partir de cette période, un vent de libéralisation médiatique commença à souffler sur la République du Sénégal. Le pouvoir politique avait résolument pris la décision de consolider la démocratie en libérant la parole et les opinions. Témoin et acteur de premier plan dans ce processus d'ouverture médiatique, Guila Thiam, ancien directeur général de la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS) de 1992 à 2001, nous livre dans son ouvrage *Ouverture médiatique, pluralisme et audiovisuel, Ajustements au Sénégal, du monopole au numérique*, quelques récits des tractations et discussions qui ont abouti à la diffusion des premières radios privées sur la bande FM. Dans le chapitre consacré à l'ouverture médiatique, il écrit : *« J'avais participé activement jusqu'en 1991 aux négociations des concessions de service public devant permettre la diffusion de RFI en FM à Dakar et de Canal Horizons Sénégal en télévision. Mais ce n'est que près de 15 jours après mon installation en février 1992 comme directeur général de la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise, service public de radiotélévision, que la question de l'ouverture du paysage audiovisuel sénégalais commença à faire l'objet d'échanges professionnels suivis et de discussions concrètes. En fait, la construction par le Sénégal d'un environnement politique favorable à la consolidation de la démocratie était en cours. L'ouverture médiatique de l'audiovisuel en était une composante. Surtout pour la production et la diffusion de contenus locaux hors du service public. Avoir autorisé des relais de chaînes internationales ouvrait la voie aux projets nationaux. C'est dans ce cadre que je reçus Babacar Touré, alors directeur du journal Sud Quotidien et du groupe SUDCOM. Il ne voulait, probablement par stratégie et bien informé, discuter que de location de temps d'antenne sur DAKAR FM, une des chaînes radio de la RTS. Ceci sur une base d'exclusivité ou d'association avec le service public sur cette antenne. Association à l'instar de ce qui fonctionnait déjà sur une autre chaîne radio FM92 avec un programme composé d'émissions de RFI et de Radio Sénégal suivant des tranches horaires définies et fixes. On appelait FM92 la chaîne biculturelle avant sa cession totale à RFI. Un peu plus tard, au mois d'août, Ibrahima DIAGNE, alors président du groupe de communications EXCAF, viendra me parler des mêmes sujets et de télévision. Avec aussi*

un bon niveau d'information sur les perspectives dans le domaine. Mais ce n'est qu'après avoir reçu plusieurs fois Babacar Touré, qui venait parfois avec Latif Coulibaly, comme en renfort ou en témoin, même s'il n'avait pas besoin de cela, que s'est dessiné progressivement, entre janvier et décembre 1993, le format de la concession à la première radio privée sénégalaise, Sud FM, sous forme de réseau potentiel à Dakar et dans certaines villes de l'intérieur du pays. »¹⁴³ Le premier patron de la RTS affirme avoir accordé beaucoup de facilités aux promoteurs de SUD FM, pour arriver à sa diffusion. Lors des pourparlers il donne un avis favorable au différé de règlement et un taux réduit de redevance sur la fréquence entre autres. C'est ainsi que la première radio privée du Sénégal fut inaugurée le 1^{er} juillet 1994 par le président Abdou Diouf. Le groupe SUDCOM va faire des émules. D'autres promoteurs comme Ben Bass Diagne, Golbert Diagne vont solliciter et obtenir leur fréquence radio. Nous aurons l'occasion de revenir plus amplement sur cette période d'ouverture médiatique dans nos prochains développements. Ce que nous pouvons retenir ici est qu'à partir des années 1990, l'Etat du Sénégal a cessé d'être l'opérateur exclusif de la radiodiffusion. Avec l'avènement des radios privées, des discours anticonformistes feront leur apparition dans l'espace public. La radio n'est plus à la solde exclusive du pouvoir politique. Les rapports entre pouvoir politique et médias s'équilibrent progressivement, le travail journalistique pouvait alors se faire en toute responsabilité, du moins dans les radios privées. Les chaînes de radio publique sont quant à elles restées fidèles aux pouvoirs politiques et à leurs « *missions de services publiques* ». Encore aujourd'hui, l'Etat subventionne ses médias et exerce son droit de regard sur les informations véhiculées. La nomination d'un membre du secrétariat exécutif de l'Alliance Pour la République (parti présidentiel) et maire d'une commune au poste de directeur général de la RTS en dit long sur la volonté politique de maintenir Radio Sénégal et ses chaînes sous la tutelle étatique. Qui paye, commande, dit-on. Les radios privées de leur côté n'ont pas tardé à se révéler comme de véritables contre-pouvoirs face aux dérives des différents régimes en place. La libéralisation de la presse, matérialisée ici par l'accès à la bande FM de privés nationaux et de chaînes étrangères vient consolider le processus de démocratisation décidé par le président Abdou Diouf. L'importance de la radio dans les processus politiques n'est plus à démontrer. Elle est capable du meilleur comme du pire, tout dépend de l'utilisation qu'on en fait. L'appel à la résistance lancé par le Général de Gaulle sur les ondes de radio Londres constitue un grand moment de radio dans l'espace politico-militaire du vieux continent. Retranché dans la capitale

¹⁴³ Guila Thiam, Ouverture médiatique, pluralisme et audiovisuel, Ajustement au Sénégal, du monopole au numérique, L' Harmattan, 2015.

britannique, le Général a su par la magie de la radio mobiliser la France libre contre l'occupant nazi. Ce médium a aussi malheureusement servi les causes les plus funestes et macabres de l'histoire de l'humanité. On se rappelle encore le rôle joué par la radio mille collines dans le génocide rwandais.

A côté de la radio, la télévision, apparue bien plus tard, a aussi joué sa partition dans la transformation de l'espace politique sénégalais.

2. La télévision et la médiatisation de la vie politique au Sénégal.

L'avènement de la télévision au Sénégal a été décrit en des termes peu élogieux par le journaliste Kadialy Diakhité. Il parle de tricherie, de piratage d'Etat, d'impréparation, pour ne citer que ces termes. Dans son ouvrage précité, il nous informe que la télévision s'est installée dans la société sénégalaise dans une totale cacophonie due à l'amateurisme et à un mépris de la classe dirigeante envers le peuple sénégalais. C'est à l'occasion des jeux olympiques de Munich 1972 que la télévision est devenue une réalité au Sénégal par la force des choses. En effet, l'élite politique et économique ayant eu vent de la possibilité de regarder en direct les 20èmes olympiades avec le signal de la télévision scolaire et éducative¹⁴⁴, s'est empressée de commander ou d'importer directement des récepteurs de télévision en noir et blanc dans la plus grande discrétion. Autrement dit, les nantis de la société ont voulu s'octroyer le privilège de regarder chez eux les jeux olympiques laissant le reste de la population dans une totale ignorance. Les commerçants libano-syriens, au courant de la manœuvre, ont saisi l'occasion pour tirer leur épingle du jeu en dévoilant le secret jalousement gardé par l'aristocratie dakaroise. Et comme ils pouvaient s'y attendre, les commandes en récepteur de télévision en noir et blanc sont montées en flèche. Le dakarois lambda voulait aussi apprécier instantanément les performances des athlètes engagés à Munich, confortablement assis dans son salon. Mis devant le fait accompli, l'Etat du Sénégal s'est vu obligé de reconsidérer la situation et de prendre les dispositions idoines pour la mise en place d'une véritable chaîne de télévision nationale avec tout ce que cela implique en termes de personnels, de locaux, de moyens techniques, et surtout de programmes. Pour faire fonctionner la nouvelle « *télévision prématurée, inattendue et improvisée* »¹⁴⁵ Les autorités ont eu recours au personnel de la télévision scolaire éducative, de la radiodiffusion et à quelques fonctionnaires du ministère de l'information. La France sera également mise à contribution pour la formation du personnel,

¹⁴⁴ C'est un projet pilote introduit au Sénégal en 1963 avec l'assistance de l'UNESCO pour l'éducation des adultes à partir des supports audiovisuels pédagogiques. Ses activités commencées en 1965 ont été interrompues en 1972 par la mise en service improvisée de la télévision nationale.

¹⁴⁵ Kadialy Diakhité, op.cit.

l'assistance technique, et pour le contenu programmatique. En effet, l'essentiel des émissions qui passaient à la télévision étaient françaises, seuls les théâtres diffusés chaque mardi soir représentaient le contenu local. C'est en 1974, soit deux ans après le lancement de la télévision dans les conditions sus évoquées, que l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Sénégal est créé. Cet organe est chargé de gérer la radiodiffusion et télévision du Sénégal, à l'image de l'ORTF. Le Sénégal venait ainsi de disposer officiellement de sa première chaîne de télévision nationale. L'ORTS allait devenir la RTS en 1992 sous la direction de Guila Thiam. Jusque dans les années 1990, la télévision nationale dominait totalement l'espace médiatique sénégalais. Elle fonctionnait à l'image de la radiodiffusion comme un médium au service exclusif de la propagande du pouvoir politique. La médiatisation de la vie politique était l'apanage de la télévision d'Etat. Le pluralisme médiatique dans ce domaine va intervenir à la faveur de la décision des pouvoirs politiques de consolider la démocratie. Le tout nouveau directeur général de la RTS M Guila Thiam va conduire d'après négociations avec les promoteurs privés. L'enjeu pour la RTS était d'ouvrir l'espace télévisuel tout en maintenant un certain contrôle sur la diffusion des programmes des chaînes privées. M Thiam nous révèle que déjà en 1992 des promoteurs s'étaient manifestés pour la création de chaînes de télévisions privées. Le processus ayant abouti à l'octroi des premières fréquences a été long et compliqué, ponctué par des négociations difficiles, par des réclamations et autres incompréhensions, comme le souligne M Thiam dans son livre sus cité : *« Pour mettre de l'ordre, l'Etat décida de lancer un appel d'offres pour adjuger deux réseaux d'exploitation du MMDS. Je soumis un cahier des charges au département de la Communication en juin 1997. Après consultation des opérateurs intéressés, ces derniers adhérèrent au principe de l'appel d'offres. La volonté politique d'aller de l'avant était clairement exprimée. Le dépouillement commença en septembre 1997. Le comité de dépouillement regroupa, entre autres, des représentants du gouvernement, de l'Assemblée Nationale, du Haut Conseil de la Radiotélévision, de la RTS et de la société nationale des télécommunications. En avril 1998 les réseaux furent adjugés à Canal Horizons et à EXCAF. L'Assemblée nationale en fut informée le 18 décembre 1998. J'assurais la contribution au « service universel » par le biais des projets de concession de service public. Il y était fait obligation de diffuser en clair un programme indiqué par le gouvernement et de la chaîne de la RTS. Le service public avait encore le monopole de la diffusion. Canal Horizons contesta plusieurs points de la convention soumise, EXCAF signera la sienne en décembre 1998. »*¹⁴⁶ La volonté de l'Etat d'avoir un

¹⁴⁶ Guila Thiam, op.cit.

contrôle sur les diffusions de ces deux premières chaînes de télévisions privées transparait ici nettement. Autant dire que cette libéralisation du secteur télévisuel fut laborieuse et pleine de contradictions. La RTS avait du mal à se départir complètement de son monopole.

Les compétitions électorales constituent de grands moments de médiatisation de la vie politique au niveau de l'audiovisuel. Jusqu'en 1998, la couverture légale des campagnes électorales était du ressort du service public de l'audiovisuel. Ce qui posait et pose encore aujourd'hui la lancinante question de l'accès aux médias d'Etat à l'opposition. La volonté de démocratiser l'accès aux médias clairement énoncée par les dirigeants du pays sur la scène nationale et internationale devait se traduire aussi par une couverture équitable des campagnes électorales. La RTS a dû procéder à des ajustements pour concrétiser le pluralisme du service public. Le renforcement des moyens techniques, matériels et humains était nécessaire pour pouvoir suivre tous les candidats ou listes de candidats dans les quatre coins du Sénégal. Déjà au début des années 1990, le DG de la RTS mit en place un dispositif en tenant compte du rôle du Haut Conseil de la Radio-Télévision (HCRT).¹⁴⁷ Cette structure, ancêtre du Conseil national de régulation de l'audiovisuel (CNRA), devait veiller particulièrement en temps de campagne électorale à l'accès équitable de toutes les parties prenantes aux médias d'Etat. Ainsi, dès l'élection présidentielle de 1993, la RTS s'est déployée pour assurer la couverture médiatique de la campagne électorale. Chaque candidat s'est vu affecté une équipe de journalistes et de techniciens chargée de couvrir ses déplacements, et d'envoyer à la maison mère les prises effectuées pour le montage de l'élément à diffuser le soir au journal de la campagne. Cette première expérience se déroula non sans anicroches et suspicions envers la RTS. Après avoir fait le bilan des impaires notés dans la couverture de la campagne présidentielle, la RTS a mis en place un dispositif amélioré en direction des élections législatives qui devaient se tenir quelques semaines après. Ce dispositif, en résumé, se présente comme suit :

¹⁴⁷ Le Haut Conseil de la radio-télévision, devenu par la suite, le Haut Conseil de l'audiovisuel par la loi 98-09 du 11 février 1998 avait pour missions :

- garantir l'indépendance et la liberté de l'information et de la communication des médias audiovisuels ;
- veiller, dans le respect de 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 ;
- veiller au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ;
- fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels lors des campagnes électorales ;
- favoriser, promouvoir la libre et saine concurrence entre les médias audiovisuels.

« **Ordre de passage des candidats** : tirage au sort du HCRT pour le premier jour, ensuite enclencher une rotation.

Personnel : un personnel est réquisitionné pour la couverture de la campagne avec une prime journalière. Le personnel mobile ayant les frais de mission en plus.

Enregistrement : 1 équipe complète par candidat pour enregistrer les manifestations publiques ;

Enregistrement des déclarations en studio RTS ou avec moyens mobiles affectés au candidat.

Collecte des éléments : Des liaisons de collecte sont organisées chaque jour pour aller chercher les bandes tournées sur tout le territoire. Ces liaisons sont soit des véhicules de la RTS, des motocyclistes de la Gendarmerie ou ponctuellement, l'Armée de l'air ou Air Sénégal. Pour faciliter la collecte, des brigades fixes de gendarmerie sont définies comme points de dépôt dans chaque département.

Montage : Consignes du candidat sur la fiche de montage contresignée par le chef d'équipe RTS ; cette fiche accompagne la bande ; avec possibilité de visionnage sur place.

Visionnage de contrôle à la RTS : Cellule de responsables de la RTS pour visionner chaque jour et contrôler la possibilité des demandes sur la fiche ; il faut savoir que ce sont les éléments de la veille qui sont montés et diffusés un jour donner ;

Montage par le personnel de la RTS réquisitionné pour l'assemblage des éléments de campagne ; les journalistes ne traitent pas l'élément ;

Durée de l'élément monté : selon les indications du décret sur la répartition du temps d'antenne.

Contrôle : Envoi de la bande avec tous les éléments montés à l'instance de Régulation pour contrôle et retour avant diffusion le même jour.

Diffusion : La diffusion se fait dans deux tranches dont l'heure de démarrage est fixe (définie dans le décret sur les temps d'antenne). Un présentateur introduit au plateau les éléments des différents candidats les uns après les autres. Les tranches sont identifiées par un générique spécifique à la campagne. »¹⁴⁸ Et le moins que l'on puisse dire est que ce dispositif a bien fonctionné. La RTS a déployé les gros moyens, allouant à chaque liste de candidats députés un personnel, des moyens techniques et un véhicule pour toute la durée de la campagne. En direction de la présidentielle de 2000, la RTS réajusta, affina et proposa le mécanisme couverture de la campagne ci-dessous :

¹⁴⁸ Guila Thiam Ibidem

« 1/ - Chaque candidat désignera un interlocuteur officiel à la RTS, avec des informations précises sur son nom, son prénom, son titre, ses numéros de téléphone et adresse. Ce responsable sera chargé de la signature des fiches de montage et de tous les contacts officiels avec la RTS. Un suppléant pourra être désigné dans les mêmes conditions.

2/ - Chaque candidat fera parvenir à la RTS, au plus tard le dernier Lundi avant l'ouverture de la campagne, son programme de manifestations avec identification des meetings devant être couverts par la RTS (avec date – heure – lieu) en vue d'une exploitation pour son temps d'antenne.

3/ - La RTS devra être informée de toute modification du programme du candidat au moins 48 heures avant l'événement à couvrir.

4/ - Chaque candidat fera parvenir à la RTS toutes les coordonnées de sa permanence ;

5/ - La RTS ne garantit pas la qualité des enregistrements au-delà de 19 heures.

6/ - La RTS n'assurera la sonorisation d'aucune manifestation de candidat durant la campagne.

7/ - La RTS assurera seule le montage des éléments à diffuser sur la base des indications portées sur les fiches de montage qui seront nécessairement co-signées par le Chef de mission de la RTS et le responsable désigné à cet effet par le candidat.

8/ - Affectation d'une équipe TV par candidat. NB : définir • la durée d'enregistrement de chaque manifestation ; • les modalités d'enregistrement des éléments à diffuser le premier jour ; • les moyens et le lieu d'enregistrement des déclarations. »¹⁴⁹

L'élection présidentielle de 2000 constitue un moment charnière de la vie politique au Sénégal. Le contexte médiatique caractérisé par une pluralité des médiums, l'utilisation remarquée des téléphones portables et la détermination des journalistes, essentiellement ceux du privé, à être présents dans tous les bureaux de vote pour relayer en temps réel les résultats, a permis la tenue d'une compétition libre, transparente et démocratique. Le service public n'était pas en reste. Sous l'impulsion de son DG, la RTS a aussi été de la partie couvrant entièrement la campagne électorale, malgré les difficultés de divers ordres et les suspicions à son égard. Après la publication officielle des résultats, le candidat Abdou Diouf et son rival Abdoulaye Wade se qualifient pour le second tour. Une grande première dans l'histoire politique de notre pays. Un défi supplémentaire pour la RTS face à l'éventualité d'organiser un débat entre les deux candidats admis au deuxième tour. En effet, la classe politique, surtout celle du côté de l'opposition, sollicitait la tenue d'un débat entre Diouf et Wade, à l'image de

¹⁴⁹ Guila Thiam, Ibidem

ce qui se fait en France. La RTS se préparait à cette éventualité et avait commencé à réfléchir sur les dispositions pratiques. Un jour et une heure avaient été avancés par une certaine presse. Le camp de Me Wade, revigoré par cette deuxième place et conscient des talents d'orateur et de débateur de leur champion, était très enthousiaste à l'idée de participer à une telle confrontation. Le camp d'en face était par contre moins enclin à prendre part à ces joutes oratoires. Le parti socialiste et ses alliés étaient sonnés et pris de court par ces résultats. Finalement ce débat du second tour n'aura pas lieu à cause d'une supposée impréparation de la RTS, qui du reste avait fait un communiqué dans ce sens. Mais c'était sans compter avec la détermination de Me Wade qui comptait utiliser cette situation à son avantage. Il décide de faire fi du communiqué de la RTS et de se présenter contre vents et marées au triangle sud pour constater l'absence de son challenger. Face à cette situation inédite, le DG de la RTS fera montre d'une sérénité sans faille et décide de recevoir lui-même le candidat Wade dans ses locaux. La réception s'est faite le jour et l'heure fixés auparavant. Elle eut lieu non sans quelques bousculades en l'absence de tout protocole. Me Wade, accompagné de son allié Moustapha Niasse et d'Idrissa Seck saisit l'occasion pour délivrer un message à la nation sénégalaise et se prêter aux questions des journalistes avant de prendre congé. Après cet épisode, le service public renforça le dispositif d'accompagnement des deux candidats jusqu'à la victoire finale d'Abdoulaye Wade le 19 mars 2000.

À partir de 1998 plusieurs chaînes de télévisions privées ont été créées mettant ainsi fin au monopole de l'information politique de la RTS. Les grands événements politiques sont couverts aussi bien par les chaînes d'informations générales que par les chaînes thématiques. La télévision nationale continue à servir la propagande du pouvoir en place et refuse son accès aux leaders de l'opposition, sauf en période de campagne électorale. Ce qui lui vaut des critiques d'une large partie de l'opinion qui la qualifie par le sobriquet « Rien Tous les Soirs ». Les informations données par la RTS quittent le sommet vers la base, elles sont verticales. Alors que les informations données par les chaînes privées viennent de la base et traduisent les réalités quotidiennes vécues par les populations. Des chaînes comme Walfadjri, SEN TV se sont particulièrement distinguées par leurs diatribes contre le pouvoir politique. Nous reviendrons dans la deuxième partie de notre étude sur les rapports entre pouvoir politique et médias au Sénégal.

CHAPITRE III : MARKETING POLITIQUE ET SONDAGES D'OPINION, PUBLICITE POLITIQUE ET PROPAGANDE.

Section I : Le marketing politique et les sondages d'opinion.

A- Le marketing politique.

Le marketing politique relève pour beaucoup d'auteurs d'un oxymore, ce qui rend apparemment sa conceptualisation difficile. Tout le monde est cependant d'accord sur le fait que le marketing politique s'est principalement inspiré du marketing commercial ou traditionnel, même s'ils ont de nombreux points de différences. Il peut, de prime abord, être considéré comme une méthode de communication politique visant à promouvoir les idéaux politiques d'un parti ou d'un candidat dans le but de rallier le plus possible de citoyens ou d'obtenir le maximum de votes lors des consultations électorales par l'utilisation de moyens techniques tirés du marketing commercial. A ce titre, il diffère des autres méthodes de communication politique telles que les débats politiques, les meetings, etc. Ce concept serait venu des Etats Unis au début des années 1930. En 1932, le président américain Franklin D. Roosevelt posait déjà les jalons de ce qui allait devenir le marketing politique moderne en animant une émission à la radio dénommée « *causeries au coin du feu* ». Une année plus tard, les américains Clem Whitaker et Leone Baxter mettent sur pied la première agence de publicité spécialiste des campagnes politiques, Campaign, Inc. Mais la campagne présidentielle américaine de 1952 avec l'utilisation de la télévision et de la Unique Selling Proposition (USP)¹⁵⁰ par le candidat Eisenhower, marque véritablement l'irruption du marketing sur la scène politique. Il faut souligner en passant que la télévision a beaucoup contribué dans l'émergence de ce nouveau type de communication politique. Son utilisation dans les campagnes électorales coïncide en Amérique comme en Europe avec la naissance du marketing politique.

En France, le candidat à l'élection présidentielle de 1965 Jean Lecanuet est à l'origine de la première campagne électorale télévisée. Même s'il n'a pas gagné les élections, son score de 15,9% lui a permis de mettre en ballotage le Général de Gaulle, qui avait misé pour une campagne traditionnelle. Plus tard, le premier président de la cinquième république française va montrer un intérêt particulier pour la télévision. Il y voit un outil important permettant d'interagir avec ses concitoyens en contournant le parlement.

¹⁵⁰ L'USP est une technique marketing américaine qui signifie Unique Selling Proposition, soit l'idée d'émettre une proposition clé lors d'un discours de vente.

Au Sénégal, la libéralisation de la vie politique à partir des années 1980 a permis la création de plusieurs partis politiques. Les compétitions électorales sont devenues plus serrées et le pouvoir politique n'est plus sûr de son hégémonie. C'est ainsi que lors de la campagne présidentielle de 2000, le président sortant Abdou Diouf avait fait appel au célèbre publicitaire Jacques Séguéla pour vendre son programme au sénégalais en vue de sa réélection. Son principal adversaire fera appel à l'expertise locale comme le souligne D. Sidibé : « *Quant à Wade, il a préféré un enfant du pays, Momar Thiam.* »¹⁵¹ La présidence de la république ainsi que tous les états-majors politiques se dotent de cellules communication chargées de définir et de conduire le plan marketing.

L'émergence de nouvelles technologies de l'information et de la communication, la multiplicité des offres politiques et le besoin pour le candidat de se démarquer font du marketing politique une réalité incontournable dans la communication politique. Toutefois, les efforts de sa conceptualisation révèlent des différences selon les auteurs. Dans un ouvrage intitulé *Marketing politique*, coordonné par Thomas Stenger et publié dans la revue *Hermès*, des auteurs ont essayé de conceptualiser le marketing politique. Dans plusieurs publications en anglais et en français, il est présenté comme un ensemble de moyens et de techniques d'information au service de la promotion du candidat ou du parti. Autrement dit, c'est tout une panoplie de stratégies média, allant de la publicité aux relations publiques, en passant par le plan média et le marketing direct pour faire connaître et accepter les idéaux du candidat ou du parti. Une conception très répandue renvoie à une adaptation du marketing traditionnel au contexte politique et électoral. En effet, beaucoup d'auteurs se sont inspirés du marketing commercial pour conceptualiser le marketing politique, même s'ils reconnaissent que les principes du premier type, ne sont pas transposables au deuxième. Par exemple, M. Bongrand, s'inspirant de P. Kotler et B. Dubois pense que le marketing politique est un « *ensemble de techniques ayant pour objectif de favoriser l'adéquation d'un candidat et de son électorat potentiel, de le faire connaître à un plus grand nombre d'électeurs et par chacun d'entre eux, de créer la différence avec les adversaires et, avec un minimum de moyens, d'optimiser le nombre de suffrages qu'il importe de gagner lors de la campagne pour remporter une élection* ».¹⁵² T Stenger lui-même et ses collaborateurs définissent le marketing politique comme « *le fruit de la transposition, dans le domaine de la compétition partisane et*

¹⁵¹ Doudou Sidibé, *Démocratie et alternance politique au Sénégal*, L'Harmattan, 2006.

¹⁵² Thomas Stenger (dir.), *Le marketing politique*, Paris, CNRS, 2012, 180 p., ISBN : 978-2-271-07343-3.

*électorale, des méthodes accumulées par la publicité et les agences de communication. »*¹⁵³. De ce fait, analogiquement, le marketing politique peut être compris comme étant un ensemble de concepts et pratiques qui concourent à la création, à la conservation et à l'élargissement de l'audience d'une organisation politique. Ainsi, il se présente comme un marketing de conviction où l'acte d'achat est remplacé par l'adhésion à une cause sociale ou politique, à un parti ou à un homme ou une femme politique (Bechtold et Grimaux, 2006), cités par Dr Boubacar Basse. Conception critiquée par E. Dacheux, qui est d'avis que : « *le marketing politique visant non pas à rassembler largement mais à séduire une majorité, il conduirait à éviter le débat politique et à développer le consensus, s'opposant ainsi aux débats contradictoires essentiels au fonctionnement démocratique.* »¹⁵⁴ Pour mieux distinguer le marketing politique du marketing traditionnel, nous proposons ce tableau repris par Dr Boubacar Basse, intitulé : Parallèles entre Marketing et marketing politique.

Tableau 1 : Parallèles entre Marketing et marketing politique.

Marketing	Marketing politique
Etudes de marché	Etudes d'opinion (sondages en particulier)
Analyse concurrentielle	Analyse de l'offre politique
Marché	Corps électoral
Part de marché	Part de voix
Segmentation et ciblage marketing	Segmentation électorale et ciblage (électorat naturel, sympathisants, opposants, électorat flottant...)
Marque	Parti, candidat
Produit	Programme
Prix	Bulletin de vote
Rapport qualité / prix	Rapport vote / promesse
Communication commerciale	Communication politique
Slogans	Slogans
Distribution et points de vente	Réseau du parti et de militants
Comportement du consommateur	Comportement électoral
Décision d'achat	Décision de vote

Source : d'après Bechtold et Grimaux (2006) et Maarek (2007).

¹⁵³ Dr Boubacar Basse, Enseignant chercheur au Département d'Economie Gestion. Université Assane Seck de Ziguinchor, Sénégal. Le marketing politique à l'épreuve des faits : une analyse empirique de la situation du Sénégal.

¹⁵⁴ Thomas Stenger (dir.), op.cit.

Ce tableau montre, comme le soulignent d'ailleurs Bechtold et Grimiaux, (2006), repris par Dr Basse, que le marketing politique est né du « mariage » entre les disciplines du marketing et de la politique. Il s'agit de transposer et d'appliquer les principes du marketing commercial au monde de la politique. Cet exercice s'avère néanmoins délicat en raison des différences fondamentales entre le marché de la consommation et l'électorat.

Une extension de la conceptualisation du marketing politique avec le Dr Basse, nous permet d'identifier deux autres acceptions complémentaires, à savoir : d'un côté, le marketing utilisé par les partis politiques et les pouvoirs publics, le marketing électoral, le marketing public, le marketing territorial, etc. ; de l'autre, le marketing développé par les acteurs de la société civile pour faire entendre leur vision de l'intérêt général, le marketing associatif, le marketing humanitaire, etc. Nous pouvons dès lors constater que le dénominateur commun à ces différentes déclinaisons du marketing politique semble être l'aspect communicationnel. Au-delà des initiateurs qui peuvent être différents et des finalités qui sont propres à chaque instigateur, la communication est le métronome de toute action de marketing politique.

Pour Lock et Harris (1996), le marketing politique est à la fois une discipline et une activité. En tant que discipline, le marketing politique est l'étude des processus d'échanges entre les entités politiques et leur environnement. En tant qu'activité, le Marketing Politique est plus axé sur les stratégies de positionnement et de communication et les méthodes par lesquelles ces stratégies peuvent être réalisées, y compris la recherche d'information sur les attitudes, la sensibilisation et la réponse du public cible.¹⁵⁵

Enfin, l'Association Américaine de Marketing (AMA-2007) définit le marketing politique comme un marketing conçu pour influencer les publics cibles à voter pour un parti, une personne ou une proposition.¹⁵⁶

Plusieurs outils ont été identifiés comme relevant du marketing politique :

- Les sondages : Connaître les positions de l'opinion ou des citoyens-électeurs sur les grandes questions débattues dans l'espace public semble être un prérequis important à la mise œuvre d'un plan marketing politique. Ces recherches permettent de réajuster au besoin les politiques en cours ou de réadapter le programme du candidat en fonction des besoins exprimés par l'opinion ;
- La publicité comparative ou l'opposition publicitaire est une pratique très courante aux Etats Unis. Il s'agit ici de montrer dans une publicité les défauts,

¹⁵⁵ Dr Boubacar Basse, op.cit.

¹⁵⁶ Ibidem

les erreurs, les incohérences, bref toutes sortes de choses négatives à même de compromettre la candidature de son adversaire politique. Les choses peuvent aller loin, jusqu'à mettre en scène le handicap physique d'un adversaire ;

- L'envoi de courrier est également une méthode traditionnelle utilisée par les candidats pour présenter leur programme, leurs vœux à l'occasion du nouvel an ou à l'occasion d'événements particuliers. Ils peuvent aussi s'en servir pour dénigrer leurs adversaires sous forme de courriers anonymes ;
- Le focus group est une technique de recherche marketing qui permet de connaître la position d'un segment de la population sur un thème donné. Il consiste à créer un groupe de cinq à quinze personnes et de leur demander de répondre aux questions posées par le leader. Les participants sont choisis uniquement pour ces séances et sont payés. Cette méthode est observable le plus souvent en période électorale ;
- Le répondeur téléphonique et l'envoi de sms. Le premier consiste pour le candidat à enregistrer un message et à l'aide d'un « robot », le délivrer aux particuliers à la veille de l'élection. Le deuxième permet d'envoyer des sms aux citoyens pour demander un soutien le jour du vote ou exprimer des remerciements après une victoire à l'élection. On se rappelle au Sénégal des sms que le leader du parti REWMI avait envoyés à ses administrés de Thiès. Procédé repris par le président Macky Sall après le référendum du 20 mars pour remercier ses concitoyens d'avoir soutenu ses réformes ;
- La distribution de flyers est une technique marketing très en vogue. Comme dans le street marketing, elle permet de distribuer des flyers contenant les grands axes du programme du candidat aux passants. Les militants chargés de distribuer les dépliants se positionnent aux points stratégiques comme les gares routières, les marchés, dans le campus social des universités, dans les stations métro, etc. ;
- Les visites à domicile. C'est une opération de charme qui vise un rapprochement entre l'homme politique et ses concitoyens. Au Sénégal, c'est devenu la mode de voir un candidat à l'élection présidentielle ou municipale faire des visites de courtoisie inopinées auprès des familles pour échanger et partager le repas. On a vu les candidats Macky Sall et Abdoul Mbaye se faire photographier entrant ou sortant d'une case en pleine brousse ;

- Le storytelling. Cette technique de marketing politique a connu son apogée avec Barack Obama en 2007 alors qu'il était en lice pour l'investiture démocrate à la présidentielle. « *Raconter une histoire, plus que dérouler un programme... Telle a été la tactique électorale du candidat démocrate pendant les primaires américaines.* » ¹⁵⁷ David Axelrod, l'inspirateur de la campagne d'Obama a préféré centrer sa communication sur la personne et la personnalité du jeune candidat de 46 ans, encore inconnu du grand public et symbolisant un trait d'union entre les communautés blanches et noires du fait de ses origines. Ainsi en peu de temps, Axelrod a pu monter un premier clip constitué des différentes interventions du jeune sénateur. L'objectif était moins de se focaliser sur un programme politique que de faire connaître cet élu, très au fait des affaires du pays et capable de par sa jeunesse et ses idées progressistes d'insuffler la dose de changement nécessaire à la société américaine.
- Les réseaux sociaux. L'avènement de l'internet a permis la naissance d'un nouvel outil de marketing politique : les réseaux sociaux. Ils permettent aux candidats et hommes politiques d'interagir directement avec les milliards d'utilisateurs d'internet. Nous reviendrons plus amplement sur le e-marketing politique dans nos prochains développements ;
- La publicité politique est également un outil marketing politique très efficace et très en vogue. Nous y reviendrons avec plus de détails.

Ces outils permettent la conception et la mise en œuvre des stratégies de marketing politique, définies par Barber (2005) comme : « *la formation d'objectifs et la mise en œuvre des tâches nécessaires pour atteindre ces objectifs avec une cohérence dans le temps, compte tenu des limites et des ressources disponibles* ». Jacques Gerstlé à la suite de G. Mauser, a identifié trois niveaux dans la démarche marketing : Il s'agit dans un premier temps d'analyser la situation politique pour déterminer l'état des forces en compétition, leurs ressources et leurs faiblesses respectives. Cette évaluation permet de passer à l'étape suivante qui concerne la définition d'une stratégie de campagne, déterminée par le choix d'un positionnement et d'une communication stratégiques. Le dernier niveau enfin concerne la conduite de la campagne qui pose les questions de mise en place et fonctionnement de l'organisation, de collecte des fonds et de gestion de l'agenda du candidat et des opérations de communication. Il existe

¹⁵⁷ Obama ou la stratégie du « storytelling » | Les Echos, 03 juin 2008, 1 :01

plusieurs stratégies marketing politique, la plus en vue est la stratégie : ciblage – segmentation et positionnement. Elle consiste à identifier les cibles prioritaires, fixer le contenu du message et mettre au point un plan média. Vient ensuite l'opération de segmentation qui permet de distinguer parmi les électeurs, les segments critiques composés d'électeurs fragiles ou potentiels, le noyau d'électeurs acquis à une candidature et les électeurs lointains. La segmentation permet d'établir une cartographie de l'électorat en zones rigides et zones plus malléables. C'est après cela que le candidat doit se positionner par rapport à ses concurrents. Il doit tenir compte des besoins et attentes des électeurs lorsqu'il articule ses orientations politiques et les qualités personnelles privilégiées dans sa communication de campagne. Le positionnement du candidat est dicté par les études sur l'image qu'il renvoie auprès de l'électorat, par les aspirations et préoccupations des électeurs et par le positionnement de ses concurrents.

Ces stratégies de ciblage, de segmentation et de positionnement du candidat requièrent une bonne connaissance de l'opinion.

B- L'opinion publique et les sondages.

Comme nous l'avons précédemment écrit, les sondages d'opinion constituent la technique phare du marketing politique, sans que cela signifie pour autant qu'ils se confondent avec lui. Avant de réfléchir sur les sondages comme technique de mesure de l'opinion, nous allons étudier l'opinion publique pour connaître ses origines et ses différentes manifestations.

a. L'opinion publique.

L'opinion publique s'avère être un concept difficile à définir, elle fait l'objet d'interprétations diverses, et présente des contours flous. On peut même dire de l'opinion publique, qu'elle est un concept polémique, dans la mesure où des auteurs renommés tels que P. Bourdieu, contestent même son existence. La définition de l'opinion publique trouvée dans l'encyclopédie *Universalis* témoigne suffisamment de son ambiguïté :

« L'opinion publique est un phénomène collectif, ce qui écarte de l'examen l'opinion privée, c'est-à-dire ce que les individus, ut singuli, pensent à propos d'une certaine question. C'est aussi une force sociale résultant de la similitude de jugements portés sur certains sujets portés par une pluralité d'individus et qui s'extériorise dans la mesure où elle prend conscience d'elle-même. Le point d'application de l'opinion publique n'est pas spécifiquement politique : il y a des opinions à propos d'un film, de la réalité des soupapes volantes ou de l'opportunité d'un étalement des vacances. Cependant les problèmes politiques constituent le domaine privilégié de l'opinion publique : d'une part, du moins en

démocratie, ils se présentent de manière à solliciter l'attention de tous ; d'autre part, étant une force sociale, l'opinion est portée à faire prévaloir le point de vue dominant en le politisant ».¹⁵⁸ A travers cette définition nous pouvons percevoir le caractère multiforme de l'opinion publique mais aussi son rôle de premier plan dans la politisation des questions qu'elle juge importantes.

Alfred Sauvy dans son ouvrage, *L'opinion Publique* écrit : « l'opinion publique, cette puissante anonyme, est souvent une force politique, et cette force n'est prévue par aucune constitution. »¹⁵⁹ Il distingue quatre formes d'opinion :

- L'opinion nettement exprimée, parfois claironnée. C'est le fait d'une minorité (bourgeoisie, presse, classe moyenne) ;
- L'opinion orale, parfois chuchotée, telle que la donne la rumeur ;
- Le suffrage universel au vote secret, le référendum ou le sondage d'opinion sans obligation ;
- Le référendum ou le sondage avec vote obligatoire.

Poursuivant sa réflexion sur l'opinion publique, A. Sauvy est d'avis qu'elle doit avoir un point d'appui. Autrement dit, pour s'exercer comme une force, l'opinion publique doit rencontrer une opposition ou une résistance, incarnée généralement par le gouvernement, le parlement ou par une quelconque autorité. Il n'y aurait guère de sens à affirmer que l'opinion publique se prononce contre les tremblements de terre, l'infanticide ou la Covid 19.

L'opinion publique doit également se constituer en un bloc. Si le faisceau des opinions exprimées n'est pas homogène, s'il se divise nettement en plusieurs blocs, il devient difficile de parler alors d'opinion publique. On pourra tout au plus dire que « l'opinion est divisée ». Cette scission engendre naturellement une lutte d'influence entre courants d'opinion, sanctionnée par la prééminence de l'un sur les autres.

Enfin, l'opinion publique devient aussi permanente à la différence du courant d'opinion. Au Sénégal par exemple, la position de l'opinion publique sur l'homosexualité n'a jamais varié et ne le sera peut-être jamais. Cependant, sur le plan politique, l'opinion n'a jamais été aussi divisée, en deux camps distincts à propos de deux affaires. La première est le dossier politico judiciaire opposant Ousmane Sonko, leader du parti PASTEF à la masseuse Adjé Sarr. Si une partie de l'opinion voit dans cette affaire un complot politique visant à éliminer un adversaire, l'autre partie est clairement favorable à la tenue d'un procès pour démêler le vrai du faux. La

¹⁵⁸ <https://www.nadeaubellavance.com/2019/04/24/lopinion-publique-comprendre-sa-nature-et-son-influence-2/>

¹⁵⁹ A. Sauvy, *op cit*, p 3

deuxième affaire est relative à la volonté prêtée au Président SALL de briguer un troisième mandat. Si certains sont d'avis que Macky SALL a épuisé ses cartouches, d'autres par contre croient dur comme fer que le locataire du palais de l'avenue Roume a le droit de briguer un deuxième mandat de cinq ans.

Tous les gouvernants (roi, président démocrate ou dictateur) se sont toujours souciés de l'état d'esprit de leurs populations. Le fait de savoir ce que les gens pensent d'un programme, d'une loi, de la situation politique, économique, revêt une importance capitale pour les tenants du pouvoir. Déjà dans une période qualifiée de préhistoire de l'opinion publique par des auteurs comme P. Riutort, les rois envoyaient leurs agents secrets connaître les *émotions* de la population.

L'émergence ou les émergences des opinions publiques remonteraient au XIXème siècle. En effet des historiens ont montré que sous la monarchie, en France, le pouvoir était soucieux de connaître l'état des esprits de la population. Autrement dit, ce que pense la population. C'est ainsi que le ministère de l'intérieur va procéder à une enquête pour véritablement cerner l'esprit public. Les préfets, mis à contribution dans cette quête, vont s'entourer d'une palette d'informateurs chargés de produire des nouvelles. Les enquêtes politiques se révèlent ainsi comme les premiers moyens déployés pour connaître l'opinion publique. Ensuite, avec l'avènement du suffrage universel à partir de 1848, le vote devient l'expression d'une opinion et le préfet devient un connaisseur et interprète des élections. Sur instruction du pouvoir politique, il est chargé de mener le travail de classification des votes pour connaître et transmettre le tempérament politique de son département. On assiste de ce fait aux balbutiements de la sociologie électorale.

Au XXème siècle, parler des émergences de l'opinion publique revient forcément à évoquer un ouvrage, un classique, celui de Jürgen Habermas : *L'Espace public*, publié en 1962. Le philosophe et théoricien allemand en sciences sociales y définit l'espace public comme un espace composé de personnes privées, des individus qui en se rassemblant forme un public. Cet espace public se présente comme un espace intermédiaire entre l'espace du pouvoir politique et l'espace privé, qui relève de l'intimité. La matérialité de l'espace public Habermassien renvoie aux cafés, aux salons de thé, bref, aux lieux où les gens se rencontrent. Il est caractérisé par deux faits selon Habermas : il est bourgeois et critique. Autrement dit, l'espace public est fréquenté par les bourgeois, qui ne sont pas forcément les plus fortunés, mais aussi c'est un lieu où n'importe quelle proposition est soumise à la critique. Au début, c'était principalement des critiques littéraires avant qu'ils ne se déplacent sur le terrain politique. Les discussions se font de manière libre et ouverte, sans qu'il y ait une parole

d'autorité. Le dernier mot revenant à celui qui a su emporter la conviction des autres. Il faut aussi noter que ce groupe de bourgeois constitué de commerçants et d'intellectuels aspire à l'exercice du pouvoir ou, tout au moins à exercer une pression sur les autorités politiques par les moyens des brochures, des libellés, des pamphlets, etc. La diffusion de ces écrits avait pour objectif de porter sur la place publique les opinions privées sur des questions considérées comme relevant de l'ordre public. Dans un article intitulé : *Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien*, Zineb Benrahal Serghini et Céline Matuszak écrivent : « *L'histoire de l'espace public que retrace J. Habermas se présente comme une émanation de la bourgeoisie montante des XVIIe et XVIIIe siècles.* »¹⁶⁰ Selon toujours eux, Habermas considère l'espace public bourgeois comme l'instrument politique au moyen duquel la bourgeoisie montante vise à mettre fin à la domination d'un État absolutiste. Le modèle Habermassien restreint l'accès à l'espace public aux autres corps sociaux. Il parle de dégénérescence de l'espace public dès lors que l'on évoque sa transformation. Avec le renforcement de la démocratie, les transformations des structures sociales deviennent irréversibles, d'autres segments de la société prennent conscience de leur droit à revendiquer et à défendre leurs points de vue. Ils viennent par la force des choses intégrer l'espace public et provoquer ainsi son élargissement. Cet élargissement de l'espace public est selon Habermas la principale cause de sa dégénérescence. « *L'élargissement de la sphère publique entraîne l'apparition d'un nouveau public, différent du public bourgeois, dont les intérêts sont distincts voire opposés. On assiste alors, selon J. Habermas, à l'apparition de divergences au sein de l'espace public sur la définition de l'intérêt. Selon lui, le consensus, résultat de la discussion entre personnes privées faisant un usage public de leur raison disparaît, au profit de ce qu'il appelle les « compromis passés entre des intérêts opposés » (Habermas, 1993).* »¹⁶¹ L'intégration de nouveaux publics dans l'espace public est présentée par Habermas comme le signe du déclin de la sphère publique.

Dans le dernier chapitre de *L'Espace public*, J. Habermas fait un présage pour le moins pessimiste sur l'évolution et la transformation de l'espace public. En effet, le philosophe allemand ne voit pas d'un très bon œil le développement des médias de masse dans la sphère publique. Ce qui fait dire à Zineb Benrahal Serghini et Céline Matuszak que : « *Cette conclusion de l'ouvrage de J. Habermas tient essentiellement aux effets des médias de masse*

¹⁶⁰ Benrahal, Zineb, et Céline Matuszak. « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », *Études de communication*, vol. 32, no. 1, 2009, pp. 33-49.

¹⁶¹ Ibidem.

qui, selon l'auteur, génèrent une fausse conscience et une « culture de l'intégration » (Habermas, 1993, p. 224).¹⁶²»

Ce premier modèle Habermassien de l'espace public, malgré ses limites permet d'identifier les fondements d'un modèle opérationnel, à savoir :

- l'élargissement du public comme processus historique des transformations de l'espace public ;
- le rôle de médiation de l'espace public entre la société et le pouvoir public ;
- l'opinion publique et la Publicité (communication publique) comme fondements du fonctionnement de l'espace public.

Depuis sa parution en 1962, *L'Espace public* de J. Habermas a subi de nombreuses critiques. Parmi elles, deux reviennent de façon récurrente : la vision pessimiste de la presse comme facteur de dégénérescence de la sphère publique, d'une part et d'autre part le fait que Habermas ait occulté les mouvements sociaux comme vecteurs potentiels de renouvellement de l'espace public. Le théoricien, philosophe et sociologue Oscar Negt, grand détracteur de l'école de Francfort reproche à l'espace public Habermassien d'être idéalisé et policé.

Face aux nombreuses critiques les unes aussi virulentes que les autres, la conception habermassienne de l'espace public a connu une évolution. Dans son ouvrage, *Théorie de l'agir communicationnel*, publié en 1987, en lieu et place d'un espace public bourgeois, espace d'expression de l'opinion publique par excellence, Habermas opère une distinction entre des espaces publics spécifiques, structurés par les règles de la procédure délibérative et « un espace public général » qui échappe à ces règles procédurales et dont l'opinion publique obéit à une « formation informelle » (Habermas, 1997, p. 333).¹⁶³ Cette évolution fait suite à l'intégration du concept de démocratie délibérative dans la pensée politique du sociologue allemand.

La notion d'espace public a été abondamment traitée par d'autres auteurs en se référant généralement aux ouvrages de J. Habermas, à savoir : *L'Espace public* (1962) et *Théorie de l'agir communicationnel* (1987).

Dans un article intitulé *Les contradictions de l'espace public médiatisé*, publié dans la revue *Hermès* en 1991, Dominique Wolton explique comment l'avènement d'un espace public élargi est intimement lié à celui de la démocratie de masse. Le renforcement de la démocratie a permis à un plus grand nombre d'acteurs de se prononcer sur toutes les questions qui rythment la vie de la société (politiques, sociales, culturelles, religieuses, sportives, etc.). Il

¹⁶² Ibidem.

¹⁶³ Ibidem.

écrit d'ailleurs : « *La démocratie requiert l'existence d'un espace public où sont débattus contradictoirement les grands problèmes du moment. Cet espace symbolique inséparable du principe de « publicité » et de « sécularisation », est une des conditions structurelles du fonctionnement de la démocratie. La démocratie de masse a ensuite conduit à ce qu'un plus grand nombre d'acteurs s'exprime sur un plus grand nombre de sujets. Ce qui a modifié l'espace public dans le sens d'un élargissement, résultat conjugué de la démocratisation, et du rôle croissant des médias. C'est pourquoi, l'espace public contemporain peut être appelé « espace public médiatisé », au sens où il est fonctionnellement et normativement indissociable du rôle des médias.* »¹⁶⁴ D. Wolton contrairement à Habermas (dans *L'Espace public* (1962)) juge normal, voir salubre l'implication des médias dans l'espace public. Il reconnaît l'existence du premier modèle habermassien de l'espace public, mais précise qu'il tranche nettement d'avec l'espace public médiatisé, caractérisé par trois facteurs :

L'espace public médiatisé est d'abord une « *société individualiste de masse* ». C'est une société où l'individu est valorisé en même temps que la masse. Le modèle social, économique, professionnel favorise l'expression des individualités, mais c'est un modèle qui repose aussi sur le grand nombre. L'espace public élargi médiatisé est la sphère publique capable de gérer ces contradictions inhérentes à cette double orientation.

C'est aussi naturellement un espace public où les médias sont fortement représentés eu égard au rôle important qu'ils jouent dans la transmission de l'information, dans la communication et partant dans la formation de l'opinion sur les grandes questions.

Enfin, c'est un espace public où les sondages sont un acteur incontournable du jeu politique. Ils permettent de connaître l'état d'esprit des citoyens, autrement dit, l'opinion publique sur la politique de la nation et sur les grandes questions objets de divergences entre pouvoir politique et opposition. L'information de l'événement et l'information de l'opinion constituent deux piliers fondamentaux du fonctionnement de l'espace public médiatisé.

L'espace public, quel que soit son modèle et sa composition, se présente comme le lieu naturel de la formation et de l'expression de l'opinion. Cette opinion publique, faut-il le rappeler, est devenue aux côtés des médias et du pouvoir politique un acteur de premier plan du jeu politique. Ce qui nous amène à réfléchir sur sa mesure et ses effets de réalité.

¹⁶⁴ Dominique Wolton « Les contradictions de l'espace public médiatisé », *Hermès* N° 10, Ed. du C.N.R.S., 1991.

b. Les sondages d'opinion.

Le sondage d'opinion ou enquête d'opinion est défini dans le dictionnaire en ligne *Larousse.fr* comme : « *Enquête statistique dont le but est de connaître, à un moment donné, la manière dont se répartissent les opinions individuelles à propos d'une question donnée.* » La volonté de connaître l'opinion publique surtout avant les élections date de la moitié du XIX^{ème} siècle avec les fameuses « votes de paille ». Il s'agissait pour les journaux de prédire l'issue des élections en intégrant un coupon dans le journal que l'électeur devait remplir en indiquant son choix et qu'il devait retourner à l'organe de presse. Les journalistes devaient ensuite compléter l'enquête en allant dans les rues et dans les cafés interroger les citoyens sur leurs intentions de vote. L'objectif était de rendre compte de l'avis majoritaire d'une population en interrogeant qu'une partie. La crédibilité et la légitimité de cette méthode repose uniquement sur le nombre de participants aux opérations. Le « vote des pailles » présente cependant au moins deux inconvénients : les électeurs républicains n'achètent que des journaux républicains, ce qui réduit l'échantillonnage par exemple au seul électorat républicain, ensuite le nombre de coupons retournés peut être supérieur au nombre de lecteurs dans la mesure où un lecteur peut acheter dix journaux et envoyer le même nombre de coupons. Toujours est-il que les résultats publiés à la une des journaux permettaient d'avoir une idée sur les forces et les faiblesses des candidats en lice. Cette technique de mesure de l'opinion publique politique a régné jusqu'en 1936 à l'occasion des élections présidentielles américaines. En effet, La revue *Literary Digest* réalise un vote de paille en envoyant vingt millions de bulletins et prévoit la victoire de Alfred.M. Landon sur Franklin D Roosevelt. Parallèlement, Georges Gallup avec son institut de sondage prédit la victoire de Roosevelt à 56% avec un échantillon scientifiquement constitué de seulement quelques milliers de citoyens américains. La victoire de F. Roosevelt avec 62% des voix va sonner le glas du « vote de paille » et va consacrer la méthode moderne de sondage d'opinion. L'histoire retiendra ainsi de Georges Horace Gallup, journaliste, publicitaire, statisticien américain, titulaire d'un doctorat en psychologie, comme le père fondateur des sondages modernes avec son institut l'*American Institut of Public Opinion*, créé en 1935 et qui existe toujours aujourd'hui, sous le nom de *The Gallup Organization*.

En France, le père des sondages modernes est Jean Stœtzl, docteur en psychologie sociale, formé aux méthodes statistiques à la *Columbia University* de New York. C'est d'ailleurs sous l'influence de G. Gallup qu'il retourna en France pour créer le premier institut de sondage : l'*Institut Française d'Opinion Publique (IFOP)* en 1938. Le premier sondage réalisé par

l'IFOP, l'année même de sa création portait sur les accords de Munich.¹⁶⁵ Ils ont fait ressortir que 57% des français ont approuvé ces accords. Pendant plusieurs décennies l'IFOP et les sondages ont été marginalisés dans la société française. Les journalistes ont farouchement combattu le sondage, ils n'ont pas voulu se laisser déposséder du privilège d'être les seuls à faire parler l'opinion. Le journal *Le Monde* s'était particulièrement distingué dans cette campagne de dénigrement des sondages comme l'atteste cette déclaration de son directeur de l'époque, Jacques Fauvet qui considéraient les sondages et les sex-shops comme l'un des principaux maux dont souffre le monde moderne. Aujourd'hui le sondage est devenu l'un des principaux ingrédients de la presse et *Le Monde* l'un de ses plus grands consommateurs.

Au Sénégal, la loi du 14 avril 1986 interdit la publication de sondage en période électorale. Elle stipule : « *La publication ou la diffusion de tout sondage d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec un référendum ou une élection réglementée par le code électoral est interdite à compter de la date de publication au journal officiel du décret portant convocation du corps électoral jusqu'à la publication définitive des résultats du scrutin.* »¹⁶⁶ (Article 20, loi 14 avril 186). L'ambition de cette loi était au départ de protéger l'opinion publique sénégalaise contre toute manipulation à des fins politiques ou commerciales. Le législateur sénégalais, soucieux de la fiabilité des résultats des sondages soumet leur publication à une double validation : la détention, par l'organisme qui procède à l'enquête, d'un agrément de la commission nationale des sondages (article 16). Et l'obtention, par ce même organisme, d'une autorisation de publier le sondage, sur la foi d'un certain nombre d'éléments à présenter à la commission (articles 17 et décret 86-616 du 22 mai 1986).

Le 5 mai 2011 fut pris le décret n° 2011-587 portant nomination des membres de la Commission Nationale des Sondages. Nonobstant la prise de ce décret par le président Abdoulaye Wade, les enquêtes d'opinion au Sénégal continuent de vivre dans la semi-clandestinité malgré une demande sans cesse croissante des politiques. Ce qui pose beaucoup d'interrogations sur l'opérationnalité de la commission nationale des sondages. Les sondages d'opinion non officiels sont courants mais rien ne renseigne sur leurs auteurs, les méthodes utilisées, bref sur leur fiabilité. La loi de 1986 qui était censée protéger l'opinion publique de possibles manipulations a finalement exposé cette même opinion à la merci de sondages lugubres et dont la sincérité ne peut être attestée. Lors de la dernière élection présidentielle de

¹⁶⁵ Les accords de Munich sont signés entre l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni et l'Italie représentés respectivement par Adolf Hitler, Édouard Daladier, Neville Chamberlain et Benito Mussolini à l'issue de la conférence de Munich du 29 au 30 septembre 1938.

¹⁶⁶ Loi n° 1986/16 du 14 avril 1986 relative à la réalisation, la publication et à la diffusion des sondages d'opinion

2019, l'absence de sondages officiels a entretenu le flou sur les chances respectives des candidats en lice.

Réfléchir sur le thème des sondages d'opinion et communication politique nous conduit à analyser tour à tour les interactions entre sondages d'opinion et campagnes électorales ; sondages d'opinion et hommes politiques ; sondages d'opinion et médias et enfin, sondages d'opinion et système démocratique.

L'implication des sondages dans les campagnes électorales a fini de transformer celles-ci en véritable "horse-race reporting". C'est-à-dire un traitement médiatique de la campagne par les médias qui renvoie à une course de chevaux. L'observation du paysage politico-médiatique français à quelques mois de l'élection présidentielle de 2022 permet de constater une effervescence de résultats de sondages sur les intentions de vote créditées à chaque candidat ou potentiel candidat, publiés par les journaux. A la date du 07/10/2021, E. Macron caracole en tête dans tous les sondages, suivi par l'essayiste E. Zemmour, X. Bertrand et M. le Pen arrivent respectivement en troisième et quatrième position. Un scénario qu'aucun observateur de la scène politique française ne pouvait prédire. Car, les sondages, dans un passé récent, donnaient E. Macron et M. le Pen au coude à coude en vue d'un affrontement épique au second tour. On assiste à une véritable « *course de chevaux* » relayée abondamment par la presse. Le problème avec l'engouement suscité par ce "horse-race reporting" est que les instituts de sondage et les médias mettent plus l'accent sur le positionnement des candidats au détriment des enjeux liés aux programmes de gouvernance politique. Au demeurant, les populations sont plus intéressées de savoir les positions des leaders politiques sur les sondages d'opinion pour éventuellement fonder leur choix. Toujours en période de campagnes électorales, les sondages permettent de désigner le vainqueur des débats télévisés entre candidats. L'essor fulgurant des sondages a le mérite d'animer la campagne électorale, mais présente le risque d'installer l'espace politique en campagne perpétuelle. Pour essayer de limiter les effets pervers des sondages, certains pays ont pris des lois pour limiter leur diffusion. C'est ainsi qu'en France, la loi du 19 juillet 1977 soumettait les sondages à certaines règles de forme et à un embargo de publication de 7 jours avant chaque élection. Mais face aux multiples protestations dénonçant une entrave à la liberté d'expression, les autorités ont en 2002 ramené l'embargo de publication de 7 à 2 jours avant l'élection.

Les rapports entre sondages d'opinion et hommes politiques sont encore plus complexes, ils évoluent selon la position du politique dans les résultats. Les politiques sont les premiers pourfendeurs des sondages lorsque les résultats présentés leurs sont défavorables. En revanche, lorsqu'ils sont bien positionnés, les politiques deviennent les premiers défenseurs

des sondages. Cependant, les relations entre sondages d'opinion et politiques vont au-delà des questions de positionnement. En effet, les pouvoirs politiques sont les plus gros consommateurs de sondages. Les sondages servent notamment à guider l'action politique du pouvoir en suggérant, où et comment intervenir pour recueillir le maximum de soutiens au sein de la population. Ils permettent aux gouvernants d'éviter de prendre des mesures impopulaires, de prendre en charge au mieux les préoccupations des populations et de soigner leur image en direction des élections à venir. A ce titre, les sondages sont utilisés à des fins électoralistes. Par ailleurs, les sondages sont également utilisés par les politiciens de tous bords (pouvoir et opposition) pour définir l'agenda de la campagne électorale, orienter les débats vers les sujets où l'adversaire est en mauvaise posture. On se rappelle encore que face au premier ministre L. Jospin qui pouvait se targuer d'un bilan économique reluisant, l'équipe de campagne du président J. Chirac a orienté les débats de la campagne sur le thème de l'insécurité.

Les enquêtes d'opinion permettent également aux hommes politiques de jauger l'adversaire et de se jauger eux même. Avec les sondages, le politicien peut avoir une idée de la cote de popularité de ses potentiels adversaires à l'élection, identifier ceux susceptibles de lui donner du fil à retordre et mettre par conséquent en place une stratégie d'anéantissement des dangers. Les sondages d'opinion constituent aussi un moyen de départager les candidats à la candidature du parti. Si aux Etats Unis les primaires permettent de choisir le candidat du parti, en France, les sondages permettent de dresser un short liste des leaders pouvant prétendre à être le candidat du parti. Mais avant même l'étape de la bataille de la candidature de la formation politique, l'homme politique doit absolument dépasser le seuil des 5% des intentions de vote pour donner de la crédibilité à sa candidature auprès des militants et sympathisants, mais aussi et surtout auprès des contributeurs et des financiers (banques ou mécènes). Un bon sondage équivaut à un bon niveau de solvabilité financière. C'est la raison pour laquelle les hommes politiques se donnent beaucoup de mal à soigner leur image pour espérer grimper dans les sondages. En réalité, après une enquête auprès des citoyens, le politicien dispose d'éléments plus ou moins exacts pour décider de se lancer ou de jeter l'éponge. On se rappelle encore du désistement de l'ancien président français François Hollande à solliciter un second mandat. Tous les instituts de sondages donnaient le président Hollande éliminé dès le premier tour. C'est assurément pour éviter une telle humiliation à lui et à sa famille politique qu'il décida dans un discours prononcé le 1^{er} décembre 2016 de ne pas briguer un deuxième mandat à la tête de l'Etat français.

Les hommes politiques sénégalais sont aussi de gros consommateurs de sondages d'opinion. Le chargé de communication du président Macky Sall, Oumar Ndiaye a admis dans les colonnes de *Jeune Afrique* faire souvent recours aux sondages « *pour demander à la population leurs attentes, leurs déceptions et leurs satisfactions (...) C'est d'ailleurs sur cette base qu'a été établi notre programme.* » précise-t-il.

Et Ousmane Thiongane, ancien chargé de communication d'Idrissa Seck de renchérir « *Nous utilisons les sondages pour notre campagne.... Nous les utilisons avant tout pour mieux cerner les priorités des Sénégalais. Pour servir la population il faut savoir ce qu'elle souhaite* ».

La problématique des sondages d'opinion reste entière au Sénégal. Le régime de semi-clandestinité fait que les journaux qui publient des résultats d'enquêtes d'opinion s'abstiennent de révéler leur source. Beaucoup de politiques, de journalistes et de sondeurs réclament l'abrogation de la loi de 1986 qu'ils jugent archaïque. D'autres cependant, préconisent la prudence par rapport aux sondages compte tenu des particularités socio-culturelles du Sénégal. Yacine Ba SALL, directrice du cabinet BDA (Bâ Djibril et Associés) juge que la loi de 1986 est trop contraignante, mais préconise l'instauration d'une nouvelle loi pour encadrer les sondages au Sénégal. Elle est d'avis que : « *S'il faut effectivement vérifier que les instituts de sondage sénégalais sont aux normes et animés par des professionnels, il faut aussi alléger les procédures préalables à un sondage. La commission nationale des sondages doit par ailleurs être une commission de techniciens* ». Des intellectuels comme Gille Yabi, directeur du think tank Wathi, considèrent que si les sondages doivent être de nouveau autorisés, « *il faudra un sérieux encadrement pour empêcher les instituts de se laisser corrompre, et de manipuler la population* ».¹⁶⁷ L'importance des sondages dans les démocraties modernes n'est plus à démontrer. Le Sénégal longtemps cité comme modèle de démocratie en Afrique gagnerait à définir un cadre institutionnel permettant une expression encadrée des enquêtes d'opinion. Cela participerait assurément au renforcement de la démocratie sénégalaise.

Cependant, de nombreux détracteurs des sondages ne sont pas prêts à accepter la thèse selon laquelle les sondages contribuent à renforcer la transparence des processus de décision démocratique. Bien au contraire, les sondages auraient des conséquences néfastes, profondes et ne permettrait aucunement de connaître l'opinion. Pour certains auteurs comme Pierre Bourdieu, les sondages traineraient des tares congénitales qui les rendent incapables de

¹⁶⁷ Op.cit. <https://www.jeuneafrique.com/736588/politique/presidentielle-au-senegal-labsence-de-sondages-entretient-le-flou-sur-les-chances-respectives-des-candidats/>, consulté le 08/10/2011.

traduire fidèlement l'opinion publique. C'est d'ailleurs ce qu'il s'évertue à démontrer lors d'une conférence en 1972, à Arras, intitulée « *L'opinion publique n'existe pas* ». Pour mieux comprendre les critiques de P. Bourdieu, nous proposons un extrait de son texte tel qu'il a été publié en 1973, « *Je voudrais préciser d'abord que mon propos n'est pas de dénoncer de façon mécanique et facile les sondages d'opinion, mais de procéder à une analyse rigoureuse de leur fonctionnement et de leurs fonctions. Ce qui suppose que l'on mette en question les trois postulats qu'ils engagent implicitement. Toute enquête d'opinion suppose que tout le monde peut avoir une opinion ; ou, autrement dit, que la production d'une opinion est à la portée de tous. Quitte à heurter un sentiment naïvement démocratique, je contesterai ce premier postulat. Deuxième postulat : on suppose que toutes les opinions se valent. Je pense que l'on peut démontrer qu'il n'en est rien et que le fait de cumuler des opinions qui n'ont pas du tout la même force réelle conduit à produire des artefacts dépourvus de sens. Troisième postulat implicite : dans le simple fait de poser la même question à tout le monde se trouve impliquée l'hypothèse qu'il y a un consensus sur les problèmes, autrement dit qu'il y a un accord sur les questions qui méritent d'être posées. Ces trois postulats impliquent, me semble-t-il, toute une série de distorsions qui s'observent alors même que toutes les conditions de la rigueur méthodologique sont remplies dans la recollection et l'analyse des données.* »¹⁶⁸

Dans le premier postulat, Bourdieu reproche aux producteurs de données d'opinion de ne pas tenir compte des non-réponses.

Le second postulat, mis en cause par Bourdieu, avance que toutes les opinions ont la même valeur. Or, nous savons que tous les individus ne possèdent pas le même niveau d'influence ni le même niveau d'information. En matière de nucléaire, par exemple, le sondage met ainsi sur un pied d'égalité le chercheur en énergie atomique, le militant très informé de la cause écologique, et la personne lambda ne s'étant jamais intéressée à la question. Cette opération, une fois de plus, ne peut conduire, pour Bourdieu, qu'à la production d'un artefact.

Le troisième et dernier postulat est d'ordre plus politique. Il suppose qu'il y aurait un consensus sur les questions qui doivent être posées. Ce qui du reste est très discutable, car en posant une question, on en impose la thématique dans le débat public. Le sondage est donc, aux yeux de Bourdieu, une manière, pour une élite qui a les moyens d'en commander, d'imposer ses problématiques à la société. Et il dira à cet effet « *Les problématiques qui sont proposées par les sondages d'opinion sont subordonnées à des intérêts politiques et cela*

¹⁶⁸ Texte de la conférence de P. Bourdieu, publié dans *Les Temps modernes*, n°318, janvier 1973 (pp. 1292-1309).

*commande très fortement à la fois la signification des réponses et la signification qui est donnée à la publication des résultats. Le sondage d'opinion est, dans l'état actuel, un instrument d'action politique ... »*¹⁶⁹ En conclusion de sa conférence, Bourdieu affirme : « *Je dis simplement que l'opinion publique dans l'acception implicitement admise par ceux qui font des sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats, je dis simplement que cette opinion-là n'existe pas* ». ¹⁷⁰

En dépit des controverses théoriques sur leur utilité dans le renforcement du processus démocratique, les sondages d'opinion ont, en pratique et sur le plan professionnel, favorisé l'émergence de nouveaux métiers comme la publicité politique.

Section II : La publicité politique et la propagande.

A. La publicité politique.

« *L'évolution récente de la communication politique semble marquée par un fort tropisme publicitaire.* »¹⁷¹ Dans son ouvrage, *La communication politique* (1993), Jacques Gerstlé définit la publicité politique comme une communication contrôlée par un acteur politique individuel ou collectif et caractérisée par une diffusion payante. L'achat d'une opportunité d'accès à un public pour lui adresser des messages afin de l'influencer semble être la caractéristique principale de la publicité politique. Elle permet à l'acteur politique de s'affranchir du journaliste et de contrôler le processus de diffusion de son message. L'Etat est un grand utilisateur de la publicité politique à travers des publireportages sur ses réalisations dans divers secteurs. Les organisations politiques (partis ou mouvements) ont également recours à ce type de communication politique en période électorale. Les enjeux économiques de la publicité politique ne sont plus à démontrer, si on en juge par les sommes astronomiques mobilisées lors des campagnes électorales par les différentes formations. C'est sans doute ce qui a motivé le législateur français à plafonner le budget de campagne des partis politiques. Aux Etats Unis, berceau de la publicité politique, les budgets de campagne publicitaires durant les élections ne cessent d'exploser en l'absence d'une loi contraignante.

En effet, c'est aux Etats Unis que la publicité politique a vu le jour en 1952 avec le premier spot d'un candidat à la présidence : « Eisenhower answers America ». L'originalité de la communication du candidat Eisenhower tenait à des messages courts de vingt à soixante secondes. Il faut cependant noter avec J. Gerstlé que le format du spot publicitaire a beaucoup

¹⁶⁹ Ibidem

¹⁷⁰ Ibidem.

¹⁷¹ Jacques Gerstlé, LA PUBLICITÉ POLITIQUE Quelques enseignements de l'expérience américaine, CNRS Éditions / « Hermès, La Revue » 1989/1 n° 4 | pages 203 à 213

évolué aux Etats Unis, suivant la personnalité des politiques et l'agenda des campagnes électorales. Les courtes phrases ont été suivies par des gros plans où les candidats prennent position sur la protection sociale ou les droits civiques. A partir de 1964, la publicité négative fait son apparition sur la scène politique. Elle se réalise sous trois formes principales : l'allusion qui met en cause par le sous-entendu, la comparaison qui est supposée révéler le contraste entre les positions ou mérites des compétiteurs et l'attaque frontale qui est portée directement et personnellement sur le candidat lui-même ou ses soutiens.¹⁷² L'avènement de la télévision en couleur a permis aux états-majors politiques d'être plus inventifs dans la création des spots publicitaires. L'année 1972 marque le recours aux formats plus longs où les idées sont davantage plus développées. De façon générale et jusqu'à présent, il n'y a pas de formats fixes pour la publicité politique aux Etats-Unis. Les chapelles politiques ont la latitude de définir une stratégie publicitaire selon un certain nombre de facteurs.

Il est important de noter au passage, que l'installation de la publicité politique s'est faite au pays de l'Oncle de Sam au moment où la télévision couvre le territoire national. Ce qui fait dire à Gerstlé que : « *Télévision et publicité politiques sont jumelles.* » La télévision est le moyen de prédilection de diffusion de spots publicitaires politiques chez les américains.

En France, c'est l'affichage politique qui semble être le moyen le plus populaire de diffusion des spots publicitaires. Ceci s'expliquerait par le fait que : « *En France, la loi du 15 janvier 1990 plafonne les dépenses de campagne et limite les recours aux formes les plus coûteuses de publicité. Les émissions publicitaires à caractère politique sont définitivement interdites à la radio et à la télévision. De plus, au cours de la précampagne, est interdite l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale dans la presse écrite ou par tout moyen de communication audiovisuelle.* »¹⁷³

Au Sénégal, l'affichage semble aussi être la forme la plus prisée de la publicité politique. Le démarrage des campagnes électorales est marqué par des affichages de posters géants des candidats ou des coalitions de partis dans les artères des grandes villes. On assiste à ce qu'on peut qualifier de « guerre des affiches ». Les différentes formations politiques ne lésinent pas sur les moyens pour accaparer les panneaux publicitaires géants. Les publireportages et la couverture médiatique des grands rassemblements sont aussi utilisés par les formations politiques pour se donner plus de visibilité.

De façon générale, la publicité au Sénégal révèle une grande nébuleuse. On ne sait qui fait quoi et qui doit faire quoi. La majeure partie des Sénégalais travaillant dans le domaine de la

¹⁷² Ibidem

¹⁷³ Ibidem.

publicité ne connaissent pas ce que dit la loi sur la publicité au Sénégal. S'il existe bien une loi adoptée sur la publicité au Sénégal, en l'occurrence la Loi N°83.20 du 28 janvier 1983, on peut s'étonner de l'absence du décret d'application. En effet, elle n'a jamais été suivie d'un décret d'application. On assiste à une véritable anarchie avec des panneaux publicitaires installés partout et n'importe comment. Ce vide juridique est sans doute à l'origine du récent problème entre Bougane Dany, patron de presse, opposant au président Macky SALL et l'Etat du Sénégal. En effet, après avoir disséminé dans Dakar 200 affiches publicitaires comportant son image et le nom de son parti pour appeler les Sénégalais à s'inscrire sur les listes électorales, il a été convoqué ce lundi 23 août 2021 au commissariat central de Dakar. Il s'est vu remettre une lettre du préfet de Dakar lui intimant l'ordre d'enlever ses affiches dans un délai de vingt-quatre heures. Dans ladite missive, il est en substance mentionné que cet « *affichage comportant des messages politiques* » est une violation de la loi relative à la publicité et qu'elle est de « *nature à créer des troubles à l'ordre public à travers des actes de vandalisme* »¹⁷⁴ En réponse à l'injonction de l'Etat du Sénégal, Bougane publie sur compte twitter : « *Le ministre de l'intérieur Antoine Diom à travers ses services décrètent que les affiches pour inciter les jeunes à s'inscrire sur les listes électorales, peuvent créer des troubles à l'ordre public à travers des actes de vandalisme. (Voir lettre du préfet). Sans commentaire.* »¹⁷⁵

Cependant, après avoir parcouru la loi de 1983 sur la publicité au Sénégal, il n'est nulle part fait mention de la publicité politique. Elle est carrément muette sur ce domaine. Le constat est sans appel : la loi de 1983 est désuète. Pour remédier à cette situation le gouvernement par la voix de son ministre de la communication Abdoulaye Diop, avait annoncé en juillet 2020 l'adoption d'un nouveau code de la publicité. Il dira à cet effet « *Nous sommes en train de travailler à l'élaboration d'un nouveau code de la publicité devant remplacer la loi de 1983, qui est dépassée par l'évolution d'un secteur marqué notamment par le numérique et la multiplicité des acteurs* ». ¹⁷⁶ Ce nouveau code devrait permettre aux médias privés de capter plus de revenus publicitaires.

La publicité politique à travers ses différentes formes (durées, techniques et contenus) remplit plusieurs fonctions : faire reconnaître un candidat peu connu, modifier les connaissances politiques des électeurs indécis ou peu intéressés par la politique (les segments critiques de

¹⁷⁴ www.rfi.fr, consulté le 26/10/2021

¹⁷⁵ <https://twitter.com/bouganegueye>

¹⁷⁶ <https://www.sedhiounews.net/2020/07/12/abdoulaye-diop-annonce-un-nouveau-code-de-la-publicite/>, consulté le 14/05/2022.

l'électorat), renforcer les électeurs acquis, combattre les candidats concurrents. Ils permettent de promouvoir des enjeux et de redéfinir des images, de collecter des fonds par des appels de contribution. Ils rendent possible des ajustements stratégiques en visant des groupes sociaux particuliers ou en permettant de jouer de nouveaux coups pour réorienter la partie en cours.¹⁷⁷

S'inspirant des études portant sur la publicité politique aux États Unis, J. Gerstlé identifie quatre temps ou tempéraments des spots publicitaires américains : des spots d'identification de la personne même du candidat, orientés vers la recherche de notoriétés, des spots d'enjeux où s'énoncent des prises de position, des spots négatifs qui visent à discréditer l'identité ou les propositions de l'adversaire en procédant par allusion, comparaison ou attaque directe et vient enfin le moment de décrispation, d'apaisement avec *le feel good spot*.

Quid des effets de la publicité politique sur le comportement de l'électeur ? Plusieurs études ont montré que la publicité politique télévisuelle peut exercer des influences sur l'électeur américain. Selon un sondage du New York Times/CBS réalisé en octobre 1988, un quart des électeurs admettent qu'au cours de la campagne présidentielle la publicité politique a pu les aider à faire un choix. Ces effets sont principalement d'ordre conatif. J. Gerstlé nous rapporte que Patterson et McClure estiment déjà que les américains obtenaient leur information sur les positions respectives des différents candidats à l'égard des enjeux davantage grâce aux spots publicitaires qu'aux news dans la proportion d'un pour quatre. A cela s'ajoute la confection stratégique du spot publicitaire qui regroupe plusieurs spécialistes (politiste, sociologue, psychologue, publicitaire, graphiste, etc.) en vue de toucher l'électeur émotionnellement ou rationnellement ou les deux à la fois.

En France cependant, aucune influence n'est pratiquement reconnue à la publicité politique dans le choix de l'électeur. Les français interrogés ne reconnaissent aucune influence aux affiches dans leur choix électoral.

Au Sénégal, à notre connaissance, aucune étude des effets de la publicité politique sur les électeurs n'a encore été faite.

Des critiques ont également été formulées à l'encontre de la publicité politique. Certains auteurs lui reprochent sa vocation à mettre davantage en valeur des images qu'à débattre des problèmes de la communauté des citoyens. Elle serait plus susceptible de manipuler les audiences que d'éclairer les électeurs sur les choix à opérer. Cette critique a cependant été battue en brèche par les études menées McClure et Patterson et par Hofstetter et Zukin, entre

¹⁷⁷ Jacques Gerstlé, op.cit.

autres. Ils ont pu démontrer que plus de la moitié des spots publicitaires portaient sur les enjeux.

Sur le plan professionnel, la publicité politique a projeté sur le devant de la scène les spins doctors. Ces publicitaires ou communicants qui se sont transformés en conseillers en communication politique chargés de veiller à l'image et à la communication du leader.

Enfin, nous pouvons noter que la publicité politique présente deux avantages non négligeables pour le candidat. D'abord elle permet au candidat de réduire considérablement la contrainte de temps imposée par les canaux traditionnels de communication politique. Par une technique de sondage appelée le *tracking pools*, le consultant peut très rapidement évaluer l'impact du message publicitaire et décider des ajustements à apporter. Ensuite, la publicité politique exclut d'une certaine façon le journaliste du déroulement de la campagne. Le candidat ayant payé pour avoir accès à un public large, composé d'électeurs acquis à sa cause, d'électeurs indécis et d'électeurs hostiles, peut piloter plus aisément sa campagne en focalisant l'attention sur des enjeux ou des profils symboliques, selon la stratégie de campagne mise en œuvre.

La publicité politique est souvent associée à la propagande, certains allant jusqu'à considérer ces deux notions comme des synonymes. Mais est-ce vraiment le cas ?

De la publicité politique à la propagande, il n'y a qu'un pas, ou vice versa. La propagande est cette autre technique de la communication politique dont les visées sont presque identiques à celles de la publicité politique. Opérations de manipulation et stratégies de persuasion semblent être leur *modus operandi*. Les canaux de diffusion sont identiques, à savoir : le discours, les journaux, la télévision, le cinéma, les affiches, etc. Mais alors, pourquoi continue-t-on de parler de publicité politique et de propagande de façon distincte ? Pour répondre à cette question nous nous proposons d'analyser le concept de propagande.

B. La propagande

Dans le dictionnaire www.toupie.org, *la propagande est l'action de diffuser, de propager, de faire connaître, de faire admettre une doctrine, une idée, une théorie politique. Son but est d'influencer l'opinion publique, de modifier sa perception d'évènements, de personnes, de produits, de convertir, de mobiliser ou de rallier des partisans. La propagande prend la forme de campagnes de diffusion d'informations toujours partiales et déformées, à grande échelle, parfois insidieuses.* A travers cette définition, nous constatons qu'à bien des égards la propagande et la publicité politique sont similaires. Les objectifs et les moyens étant les mêmes. Toutefois, le concept de propagande est associé à des événements politiques qui ont

marqué l'histoire de l'humanité. Cette technique de communication politique est observable aussi bien dans les régimes démocratiques que dans les régimes totalitaires.

Parler de propagande dans un régime totalitaire renvoie forcément au troisième Reich, à l'Union Soviétique et dans le monde contemporain à la Corée du Nord. La propagande dans ces régimes constitue des cas d'école dans le cadre d'un programme national d'endoctrinement et de domestication de tout un peuple. La connotation à priori négative du concept de propagande pour le sens commun s'explique par le fait que cette notion renvoie souvent à la manipulation, à la désinformation et à l'asservissement des masses.

« *Au cours du XXème, les régimes non démocratiques ont expérimenté différentes techniques de propagande et de contrôle des esprits pour asseoir leur autorité sur les gouvernés* »¹⁷⁸. La violence physique extrême, symbolisée par les goulags, les camps de concentration et d'extermination n'est pas l'unique modalité d'asservissement des peuples. Ces régimes totalitaires ont également mis en œuvre un projet fondamentalement idéologique de transformation des individus et de l'organisation sociale. La propagande permet de répandre et de faire accepter l'idéologie des pouvoirs politiques. C'est un projet dogmatique et total qui commence depuis l'école et qui est présent dans tous les segments de la société, le sport, les loisirs, etc. Dans cette propagande, l'individu n'est considéré qu'en tant qu'élément docile d'une masse unifiée. Les libertés publiques (liberté d'association, d'expression, etc.) sont confisquées et les contestations interdites.

Dans son célèbre ouvrage *Mein Kampf*, Adolf Hitler écrit « *La propagande vise à imposer une doctrine à tout un peuple... La propagande agit sur l'opinion publique à partir d'une idée et la rend mûre pour la victoire de cette idée.* »¹⁷⁹ Arrivé au pouvoir en 1933 avec le parti nazi, Hitler créa le ministère de la culture et de la propagande qu'il confia à son idéologue et grand tribun Joseph Goebbels. Sa mission était de véhiculer les thèmes du national-socialisme, notamment le racisme, l'antisémitisme, l'antibolchevisme par l'intermédiaire des arts, de la musique, du théâtre, des films, des livres, de la radio, de documents pédagogiques et de la presse. Le mode opératoire était d'intensifier la propagande présentant les juifs comme des sous hommes, des usuriers et prédateurs avant la prise de lois exécutives contre eux. La propagande nazie alertait les allemands sur les menaces judéo-bolchéviques et les appelait à rester passifs et à accepter les mesures de rétorsion prises à leur encontre. Hitler avait érigé la propagande en mode de gouvernance, car selon lui, c'est un moyen performant de gouvernement des sociétés modernes. D'ailleurs tout un chapitre de son ouvrage *Mein*

¹⁷⁸ P. Aldrin, N. Hubé, Introduction à la communication politique, op.cit. p, 100

¹⁷⁹ Adolf Hitler dans son livre *Mein Kampf* (1926).

Kampf est consacré à la notion de propagande. Il justifie la défaite de l'Allemagne en 1918 par la défaite de la propagande allemande contre la propagande ennemie. Après la défaite de Stalingrad en février 1943, les propagandistes nazis ont mis l'accent sur le chaos que pourrait entraîner une victoire finale soviétique sur l'Allemagne, obligeant ainsi les allemands de tous bords à s'engager dans la guerre. La manipulation et la désinformation des nazis ne se limitaient pas uniquement en Allemagne et dans les territoires conquis. Les idéologues nazis ont même invité une équipe de la croix rouge à visiter un camp de concentration de juifs, nettoyé, avec des détenus obligés de jouer aux « résidents » heureux et bien entretenus. Après l'inspection, les SS réalisèrent un film destiné à l'opinion publique internationale où on pouvait voir des prisonniers en train de s'adonner à des activités ludiques.

De façon globale, la propagande Hitlérienne peut se résumer en ces quelques phrases tirées de l'encyclopédie multimédia en ligne de la Shoah : « *Jusqu'à la fin, le régime nazi utilisa la propagande pour que l'ensemble de la population allemande soutienne ses guerres de conquête. De plus, il était essentiel de motiver ceux qui mettaient en œuvre le meurtre de masse des Juifs européens et des autres victimes du régime. Enfin, il s'agissait de garantir l'assentiment de millions d'autres, les témoins, à des persécutions justifiées par des raisons raciales et des meurtres de masse.* »¹⁸⁰

En Afrique noire, le Zaïre de Mobutu semble être l'exemple achevé de ce type de propagande. Il nous paraît important de souligner que la propagande n'est pas une exclusivité des régimes non démocratiques des années 1930. Déjà, dès la fin de la première guerre mondiale, plus précisément en 1927, le célèbre politiste américain Harold Lasswell a fait paraître un ouvrage au titre évocateur, *Propaganda techniques in the World War*. L'auteur y démontre qu'en plus de la puissance de feu et de la puissance économique, la propagande apparaît comme un élément décisif pour gagner une guerre. Elle a pour mission de maintenir le moral des troupes au beau fixe, d'obtenir la discipline des soldats, de fouetter leur honneur patriotique, et de faire accepter le sacrifice de leurs vies, pour maintenir aussi le soutien indéfectible des civils à l'effort de guerre. Tous les gouvernements engagés dans un conflit armé ou souhaitant entrer en guerre ont besoin d'une bonne politique de propagande pour mobiliser et obtenir le soutien de toute la nation. A titre d'illustrations, nous pouvons citer ces affiches de propagande de guerre représentant l'oncle Sam qui pointe son doigt avec l'inscription : *I need you*. Des affiches similaires étaient aussi observables en Angleterre, en Allemagne, au Canada, en

¹⁸⁰ Musée commémoratif de l'Holocauste des États-Unis. « Introduction à l'Holocauste ». Encyclopédie de l'Holocauste. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/introduction-to-the-holocaust>. Consulté le 28/10/2021

Union Soviétique et dans beaucoup d'autres pays engagés dans la Seconde Guerre mondiale. Dans un passé récent, nous pouvons évoquer le discours de Georges W Bush justifiant l'entrée en guerre des Etats Unis contre l'Irak, prononcé le 17 mars 2003, dont voici quelques extraits : *« Mes chers concitoyens, nous voici arrivés aux tout derniers jours de décision concernant les événements d'Irak. Pendant plus de dix ans, les Etats-Unis et d'autres pays ont fait des efforts patients et honorables pour désarmer le régime irakien en évitant la guerre. Ce régime avait pris l'engagement, comme condition à la fin de la Guerre du Golfe Persique en 1991, de déclarer et de détruire toutes ses armes de destruction massive. Depuis, le monde s'est livré à douze années de diplomatie. Nous avons adopté plus d'une douzaine de résolutions au Conseil de sécurité des Nations unies. Nous avons envoyé des dizaines d'inspecteurs en armement de l'ONU afin de vérifier le désarmement de l'Irak. Notre bonne foi n'a pas été payée en retour...Les renseignements que notre gouvernement et d'autres ont recueillis ne laissent aucun doute sur le fait que le régime irakien continue de posséder et de dissimuler certaines des armes les plus mortelles qui aient jamais été mises au point. Ce régime a déjà utilisé des armes de destruction massive contre les voisins de l'Irak et contre le peuple d'Irak.*

Le régime a un passé fait d'agression téméraire au Proche-Orient. Il nourrit une profonde haine pour l'Amérique et ses amis. Il a aussi aidé, formé et abrité des terroristes, y compris des agents d'Al-Qaïda.

Le danger est évident : en utilisant des armes chimiques, biologiques ou, un jour, des armes nucléaires obtenues grâce à l'Irak, les terroristes pourraient réaliser leurs ambitions déclarées et tuer des centaines de milliers de gens innocents dans notre pays, ou dans n'importe quel autre. Les Etats-Unis et les autres nations n'ont rien fait pour mériter ou inviter cette menace. Mais nous ferons tout pour la vaincre. Au lieu de dériver lentement vers la tragédie, nous fixerons un cap conduisant à la sécurité. Avant que le jour de l'horreur n'arrive, avant qu'il ne soit trop tard pour agir, ce danger sera enlevé....

Les Etats-Unis d'Amérique ont l'autorité souveraine d'utiliser la force afin de garantir leur propre sûreté nationale. C'est à moi qu'appartient cette responsabilité, en tant que commandant en chef, en vertu du serment que j'ai fait, en vertu du serment que je respecterai. Les Etats-Unis, avec d'autres pays, œuvreront à promouvoir la liberté et la paix dans cette région. Nous n'atteindrons pas notre objectif en un jour, il faudra du temps. La puissance et l'attrait qu'exerce la liberté se font sentir à tous les niveaux et dans tous les pays. Et le plus grand atout de la liberté est de surmonter la haine et la violence, et de placer les capacités créatives de l'homme et de la femme au service de la paix.

Tel est l'avenir que nous choisissons. Les nations libres ont le devoir de défendre leurs peuples en s'unissant contre la violence. Et ce soir, comme ils l'ont fait auparavant, l'Amérique et ses alliés acceptent cette responsabilité.

*Bonsoir, et que Dieu continue de bénir l'Amérique. »*¹⁸¹

La manœuvre est claire : susciter chez le peuple américain la peur d'une probabilité voire de l'imminence d'une attaque biologique ou bactériologique de l'Irak ou de ses alliés terroristes après celle du 11 septembre 2001. Et pour donner une légitimité internationale à sa décision d'entrer en guerre contre l'Irak, le président américain a tour à tour évoqué l'ONU, et ses alliés traditionnels prêts à le suivre dans cette campagne.

Mais Lasswell va plus loin, il ne limite pas la propagande au seul champ de la guerre, il préconise son utilisation par les démocraties pour s'assurer le contrôle de l'opinion. La propagande devient alors un art de gouvernement des masses démocratiques qui passe par la manipulation des symboles, mais aussi le maniement stratégique « *des histoires, des rumeurs, des rapports, des images et de toutes formes de communication sociale* »¹⁸². C'est d'ailleurs dans cette perspective que la propagande s'assimile ou s'identifie à la publicité politique, au marketing politique et à la communication politique de façon générale. Enfin, Lasswell porte un regard pragmatique sur la propagande, qui selon lui est devenue l'unique moyen de gouvernance pacifique des sociétés modernes. Il prédit la professionnalisation de la propagande avec ses praticiens, ses théoriciens et ses professeurs en ces termes : « *Le monde moderne est déjà occupé à développer un corps de professionnels qui ne font rien d'autres qu'étudier les voies et moyens de changer les esprits ou d'assujettir les esprits à leurs convictions* »¹⁸³. La prophétie de Lasswell s'est réalisée avec la création d'institutions politiques et scientifiques dédiées à la propagande, mais surtout avec l'avènement des Spin doctors.

En démocratie, la propagande peut être le fait de différents segments de la société, elle n'est pas l'apanage exclusif de l'Etat, comme c'est le cas en régime totalitaire.

En France, on parle de propagande électorale. Le concept est consacré par le code électoral en ces termes : « *Il désigne l'ensemble des documents, affiches, tracts et tout autre moyen plus ou moins original déployé par un parti politique ou un candidat lors d'une élection* ».

Au Sénégal, la propagande politique est assimilée aux activités de marketing et/ou de publicité politique. Il est très fréquent de voir au sein des partis politiques un *chargé de la*

¹⁸¹ <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMDictionnaire?iddictionnaire=1648>, consulté le 14/02/2022.

¹⁸² P. Aldrin, N. Hubé, Introduction à la communication politique, op.cit., p 104

¹⁸³ Ibid.

propagande et de la mobilisation. Sa mission est d'élargir les bases du parti par le moyen du marketing politique. A quelques mois des élections territoriales prévues le 23 janvier 2022 certains leaders de la majorité présidentielle ont poussé la propagande jusque dans les écoles primaires en offrant aux élèves des kits scolaires (sacs et cahiers) à leur effigie. A Kolda, il a fallu que le Préfet prenne un arrêté pour le retrait de ces fournitures et l'interdiction de leur distribution ultérieurement. Cet exemple est assez révélateur pour que la communauté scientifique sénégalaise se penche sur la question de la propagande au Sénégal, corollairement à nos pratiques et us culturels.

L'avènement de l'internet et des réseaux sociaux a ouvert une nouvelle ère à la propagande politique.

CHAPITRE IV : LES RESEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION POLITIQUE.

Être visible et actif sur les réseaux sociaux est devenu un nouvel impératif communicationnel pour les acteurs politiques. La légitimation par les réseaux sociaux vient s'ajouter aux différents types de légitimation déjà évoqués. Il nous paraît dès lors important d'identifier ces médias sociaux numériques, ou tout au moins, les plus populaires et de nous interroger sur l'utilisation qu'en font les politiques.

Section I: Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat et TikTok

A : Facebook.

Le réseau social le plus populaire est sans conteste Facebook avec ses 2,91 milliards d'utilisateurs actifs mensuels, recensés en octobre 2021. En 17 ans d'existence, la plateforme de communication digitale créée par Mark Zuckerberg et trois autres étudiants est devenue un empire, parmi les plus cotés en bourse. Quelques dates charnières ont jalonné l'ascension fulgurante du mastodonte Facebook.

Le 4 février 2004 Mark Zuckerberg fonde « The Facebook » à l'adresse thefacebook.com. Au début, le réseau social était une plateforme d'échanges et de partage de photos entre étudiants de l'université de Harvard. En mars, Facebook s'ouvre aux autres universités américaines et canadiennes et devient un réseau social interuniversitaire. Au mois de juin, la firme s'installe à Palo Alto, en Californie.

En juillet 2006, M. Zuckerberg refuse une offre d'achat de Yahoo d'un montant d'un milliard de dollars, étant conscient du potentiel de son « bébé ».

En août 2008, soit 4 ans après son lancement, Facebook compte 100 millions de membres, toisant Myspace qui était leader dans le domaine des réseaux sociaux.

En janvier 2011, le réseau social pèse 50 milliards de dollars, soit 7 ans après son lancement. En avril 2012, M. Zuckerberg rachète Instagram pour un montant de 1 milliard de dollars. Un mois après, Facebook entre avec fracas à Wall Street en fixant un prix d'introduction le valorisant à 104,8 milliards de dollars. Le mois d'octobre de la même année, le réseau social franchit le seuil d'un milliard d'utilisateurs actifs et lance dans la foulée de nouveaux formats publicitaires destinés à l'usage mobile.

En février 2014 M. Zuckerberg s'octroie WhatsApp pour un montant de 22 milliards de dollars. Un mois plus tard, Oculus et ses casques de réalité virtuelle tombent dans l'escarcelle de Facebook.

En juin 2017, Facebook devient le premier réseau social au monde avec plus de 2 milliards d'utilisateurs tous les mois.

En janvier 2018 Facebook fait l'annonce suivante : « En tout, nous estimons que 2,7 milliards de personnes utilisent Facebook, Instagram, WhatsApp ou Messenger tous les mois ». Le mois de juillet de la même année marque un pic boursier historique de 630 milliards de dollars à Wall Street.

Janvier 2019 marque le début du chantier « Whatstapbook » qui consiste à fusionner les messageries d'Instagram, WhatsApp et Messenger. Ce projet devrait être finalisé début 2020. Cette période marque aussi un record des revenus de Facebook avec plus de 50 milliards de dollars.

Le dernier changement majeur de Facebook est intervenu le 28 octobre 2021. Le réseau social Facebook a annoncé un changement de nom pour sa maison-mère qui devient dorénavant Meta. "Meta" est un terme de grec ancien qui signifie "au-delà", explique Mark Zuckerberg, le fondateur du groupe, dans la présentation de la nouvelle entité. Il doit donner lors de sa conférence annuelle Facebook Connect plus de détails sur la vision de l'entreprise dans le métavers, sa future plateforme de connexion à Internet accessible à l'aide d'un casque de réalité virtuelle ou des lunettes de réalité augmentée, projet dans lequel Facebook compte investir des milliards de dollars dans les prochaines années. Pour autant, rien ne devrait vraiment changer pour les utilisateurs du réseau social. Facebook est simplement devenu un produit parmi d'autres sous le contrôle d'une maison-mère. La plateforme sociale restera accessible ainsi que les autres marques du groupe telles qu'Instagram ou encore WhatsApp.

Toutefois, malgré ses énormes profits engrangés et sa popularité sans cesse croissante, Facebook est confronté à des difficultés d'ordre internes et externes.

Selon le journaliste Benjamin Hue, Facebook serait dans l'incapacité à contrôler ses algorithmes et à modérer les contenus haineux et de désinformation dans certaines langues étrangères. D'après des documents internes (Facebook papers) transmis à la presse américaine et à l'autorité boursière américaine par Frances Haugen, ancienne ingénieure du groupe devenue lanceuse d'alerte, Facebook serait entreprise cynique, consciente de son influence toxique pour les adolescents et la démocratie, mais qui choisit de ne pas remettre en cause son modèle afin de préserver ses profits. S'appuyant sur des documents internes, le journal Le Monde révèle ce mardi 26 octobre 2021 que des ingénieurs du géant technologique avouent leur incompréhension face aux effets imprévus du code informatique de la plateforme. Et pour preuve, le quotidien du soir rapporte ces faits pour le moins incongrus : « En Inde, ce sont des vidéos pornographiques soft qui se retrouvent subitement mises en avant dans l'onglet Watch,

sans que personne ne comprenne pourquoi. Aux Etats-Unis, des ingénieurs s'arrachent les cheveux pour comprendre pourquoi certains groupes politiques continuent d'être recommandés aux utilisateurs alors qu'ils ne devraient plus l'être ». D'autres critiques de la presse américaine concernant l'incapacité ou le manque de volonté de la firme à modérer les contenus en langue arabe. D'après Benjamin Hue « *Selon les documents, le réseau social consacre l'essentiel de son budget modération aux plateformes occidentales et ne met pas les moyens nécessaires pour modérer les contenus publiés en langue arabe, troisième langue la plus parlée sur la plateforme avec plus de 220 millions d'utilisateurs en Afrique du Nord et au Moyen-Orient.*

*Le réseau social manque de modérateurs capables de comprendre les principaux dialectes des pays arabophones. Ils n'en connaissent ni la culture, ni l'histoire et modèrent les contenus venant par exemple du Yémen, d'Irak, ou d'Arabie Saoudite depuis Casablanca au Maroc, voire depuis l'Allemagne. Cette politique de modération plus faible rend Facebook plus vulnérable aux abus dans les pays concernés. »*¹⁸⁴

Facebook est également la cible de critiques acerbes de la part d'officiels américains et européens à cause des publicités politiques ciblées payées par la Russie pour influencer sur les résultats de la présidentielle américaine en 2016. Il est accusé de donner un blanc-seing aux publicités mensongères.

Facebook a depuis pris de nombreuses mesures pour mieux identifier et afficher de manière plus transparente les diffuseurs de publicités politiques.

Toujours dans sa politique de sécurisation et de protection de la vie privée de ses utilisateurs, Facebook à travers un post de son vice-président Jérôme Pesenti a annoncé sa décision de mettre fin à son outil de reconnaissance faciale. Un changement radical alors que ce paramètre est actuellement utilisé par plus d'un tiers des utilisateurs actifs quotidiens de Facebook. La société, nouvellement renommée Meta, reconnaît l'utilité de la reconnaissance faciale, notamment pour prévenir la fraude et l'usurpation d'identité. Mais alors que la firme fait face à la polémique, celle-ci souhaite apporter de la nuance et redonner le contrôle aux internautes concernant l'utilisation de leur image.

Cette polémique n'empêche toutefois pas Facebook de faire d'énormes profits. Le géant des réseaux sociaux a annoncé lundi 25 octobre 2021 qu'il avait dégagé 9,2 milliards de dollars de bénéfices nets au troisième trimestre, soit 17% de plus qu'il y a un an. Profitant d'une communication avec ses investisseurs M. Zuckerberg a défendu la position de son entreprise

¹⁸⁴ <https://www.rtl.fr/actu/sciences-tech/facebook-papiers-4-choses-a-retenir-des-nouvelles-revelations-qui-ebranlent-facebook-7900090342>, consulté le 08/02/2023

face à ses détracteurs en ces termes : « Nous assistons à un effort coordonné pour utiliser de façon sélective des documents internes afin de peindre une fausse image de notre entreprise (...) La réalité, c'est que les réseaux sociaux ne sont pas les principaux responsables de ces problèmes et ne peuvent pas les réparer tous seuls ». Il souligne également les investissements massifs de sa société dans la sécurité, avec 40.000 personnes dédiées et un budget parti pour atteindre les 5 milliards de dollars cette année.

B : Twitter.

Twitter est un réseau social très populaire avec ses 211 millions d'utilisateurs journaliers actifs monétisables recensés en octobre 2021. Le chiffre d'affaires de Twitter pour le 2ème trimestre 2021 est de 1,190 milliard de dollars.

Quelques dates importantes marquent le développement de ce réseau social.

Le 21 mars 2006 marque le lancement de Twitter par la publication du premier tweet de la part de Jack Dorsey, cofondateur : « Just setting up my twitter », littéralement « juste en train d'installer mon twitter ». Le réseau social permet notamment aux utilisateurs de poster des messages sur Twitter par SMS. Rapidement, Twitter se présente comme la plateforme où chacun peut discuter des sujets qui l'intéressent, commenter l'actualité en direct ou suivre ses idoles.

En août 2007, sur proposition d'un utilisateur, le symbole « # » (hash, en anglais) permettant de regrouper les conversations par sujet est intégré par Twitter.

En avril 2009, l'acteur Ashton Kutcher est le premier utilisateur à atteindre le million de followers. Mais la palme du nombre de followers est détenue par Katy Perry avec 100.000.000 de followers en 2017.

En avril 2010, Twitter annonce l'introduction de la publicité payante. N'importe quel utilisateur peut dès lors s'acheter de la visibilité. Les contenus publicitaires s'affichent dans les timelines des utilisateurs, bien qu'ils ne suivent pas le compte à l'origine du message. Des comptes institutionnels s'emparent de l'outil pour faire la promotion de certains événements ou produits. L'offre publicitaire du réseau social s'étoffe ensuite au fil des années avec notamment la possibilité d'insérer des annonces pré-rolls : des messages publicitaires qui s'affichent avant le début des vidéos.

L'autre fait symbolique qui a marqué la vie de Twitter en cette année 2010 est le premier tweet envoyé depuis l'espace par l'astronaute américain, TJ Creamer le 21 janvier.

Le 7 novembre 2013, Twitter entre à Wall Street. Malgré la dépréciation de la valeur de ses actions due à une croissance faible du nombre d'utilisateurs actifs, la marque à l'oiseau bleu

annonce le 8 février 2018 son premier bénéfice net trimestriel provoquant ainsi une envolée des prix de ses actions.

En décembre 2016 Twitter lance son application officielle des vidéos en direct directement sur la plateforme. Quelques mois avant, Twitter avait mis en place un fil d'actualité algorithmique. Désormais, dans la timeline de l'utilisateur apparaissent en premier les tweets que le réseau social juge plus pertinents et intéressants. La timeline d'un utilisateur est composée des éléments suivants : des tweets publiés ou partagés par les comptes auxquels l'utilisateur est abonné. Depuis 2016, ces tweets ne s'affichent plus nécessairement de façon antéchronologique, les premiers qui apparaissent étant ceux que Twitter estime être les plus intéressants pour lui. Il est cependant possible de désactiver cette fonctionnalité (en mars 2017, seul 2 % des utilisateurs avaient désactivé cette option) ; d'une sélection de tweets, un résumé nommé (au cas où vous l'auriez manqué) lancé en 2015, qui s'affiche après de longs moments d'absence de la plateforme et disparaît une fois le flux rafraîchi ;

Des tweets de personnes que l'utilisateur ne suit pas nécessairement mais avec lesquels certains de ses contacts ont pu interagir, notamment par des « likes ».

L'année 2017 est une année très riche pour Twitter. Le tweet de l'ancien président des Etats Unis publié le 12 août 2017 « Personne ne naît en haïssant quelqu'un d'autre à cause de la couleur de sa peau, de son passé ou de sa religion », a récolté 4,6 millions de cœurs. Le tweet est accompagné d'une photo où on le voit souriant, avec de jeunes enfants blancs, noirs, asiatiques. Mais le fait majeur est que le 7 novembre 2017, le réseau social annonce que les messages pourront désormais faire jusqu'à 280 caractères dans un ensemble de langues comme le français, l'allemand et l'anglais, abolissant de facto la limite emblématique des 140 caractères.

15 ans après son lancement, Twitter est devenue une plateforme sociale où de nombreuses discussions peuvent se mener, qu'elles soient militantes, politiques ou qu'elles portent sur des sujets comme la musique, le cinéma ou la télévision. Il contribue à façonner l'opinion publique grâce à deux atouts majeurs : sa réactivité et sa communauté de journalistes et de politiques qui se font l'écho du réseau, y compris dans les médias traditionnels. La marque à l'oiseau bleu est particulièrement prisée par les hommes politiques et les hommes de média. L'ancien président américain Barack Obama a été l'un des premiers hommes politiques à s'inscrire sur Twitter et son affection pour le réseau social est connue de tous. Son Tweet et la photo qui y était attachée du 06/11/2012 « Four more years » (quatre années de plus) ont été retweetés 800 000 fois. Et d'ailleurs, selon les statistiques Twitter (septembre 2020) publiées sur blog.digimind.com le compte du 44ème président américain est celui le plus suivi dans le

monde avec 122.305.817 followers pour 15.917 tweets. Un autre homme politique américain et pas des moindres, l'ancien président américain, Donald Trump affectionne lui aussi particulièrement le réseau social. Il avait à son actif 55.511 tweets et était suivi par 85.811.110 utilisateurs avant que son compte ne fût supprimé par la marque.

Au Sénégal, nos politiques sont également très friands de Twitter. Le président de la république Macky Sall dispose de son compte en plus de celui de la présidence de la république. Les ministres, les présidents d'institutions, les opposants, et les animateurs de la société civile ont presque tous leur compte pour communiquer sur leurs activités et échanger.

Dans son livre *J'ai vu naître le monstre. Twitter va-t-il tuer la #démocratie ?* (Février 2021), Samuel Laurent explique que les journalistes se sont emparés de Twitter comme outil de travail. Une étude menée par la plateforme MuckRack, spécialisée dans les relations publiques, démontre que 83% des journalistes ont utilisé Twitter dans le cadre de leur travail, en 2019. Un bref aperçu de son compte Twitter permet de constater une pléthore d'infos relayées par les médias traditionnels.

D'autres profils de twittos (utilisateur de Twitter) en l'occurrence les peuples et marketeurs sont également bien présents dans la galaxie Twitter. La présence massive et permanente des politiques, des médias, des peuples, des marketeurs et même des sportifs sur la plateforme Twitter s'explique par l'intensité des publications et le modèle résumé des infos. La firme de Jack Dorsey est le quatrième réseau social le plus utilisé pour accéder à l'information dans le monde.

Cependant, les haters et autres manipulateurs sont massivement présents sur Twitter, ces virtuoses de la provocation et de la désinformation en ont fait leur terrain de jeu. Ce qui pose la lancinante question de la course aux fake news. Samuel Laurent, journaliste et spécialiste de Twitter a pu constater dans ses travaux le fragile équilibre à trouver entre la rectification des faits et le risque de mettre en lumière une rumeur qui s'éteindrait d'elle-même.

En outre, la journaliste Fabienne Charraire nous apprend que le nombre de publications et de retweets à vérifier est énorme et les auteurs d'informations polémiques compliquent la tâche en renversant la charge de la preuve. Cela signifie qu'ils publient souvent des affirmations sans données ou arguments, et que ce sont les personnes qui réfutent ces affirmations qui se trouvent obligées de prouver en quoi elles sont fausses. Les vérificateurs sont donc contraints de passer beaucoup de temps à expliquer et rectifier tous les dires pour lever le doute. Dans ce contexte très agressif, le fact-checking est en retard constant sur la circulation des fake news.

La modération de Twitter suscite de nombreuses réactions et est jugée globalement inefficace, voire insuffisante. La suppression du compte Twitter de Donald Trump, auteur de plus de

20.000 fakes news depuis le début de son mandat et de tweets incitants à la haine a été tardive. Elle a fait couler beaucoup d'encre entre les partisans de la liberté d'expression et ceux de la modération. La modération semble être le talon d'Achille du réseau social. Dans un article intitulé « Pourquoi la modération de Twitter fonctionne si mal » et publié le 5 février 2021, le journal Le Monde pointe du doigt une politique obscure et un manque de moyens.

Et pourtant, la marque à l'oiseau bleu prend très au sérieux la question de la modération. Pour prendre les devants, elle a édicté des règles d'utilisation en identifiant les types de messages interdits : les menaces de violence et messages faisant l'apologie de la violence ; les messages promouvant le terrorisme ou « l'extrémisme violent » ; le harcèlement ciblé et les conduites haineuses ; certains médias « sensibles » – notamment sexuels – peuvent être autorisés ; mais ceux montrant des violences ou agressions sexuelles, ou des scènes excessivement sanglantes, sont interdits ; les contenus qui promeuvent l'exploitation sexuelle des enfants ; les appels ou encouragements au suicide et autres « conduites autodestructrices » ; les Tweet promouvant la vente ou l'achat de biens et de services illégaux ; les messages ou liens diffusés en masse par des comptes automatisés (bots), à la manière des spams par courriels, sont également prohibés.

En outre, pour réussir le pari de la modération, Twitter mise dans un premier temps sur une modération automatique par la mise en place de logiciels détectant certains mots, expressions ou images. Ces logiciels sont mis en place depuis 2017 et permettent de supprimer rapidement un grand nombre de tweet, certains, avant même qu'on ait pu les lire.

Dans un deuxième temps, pour pallier aux manquements des logiciels, des employés en chair et en os peuvent intervenir pour examiner une situation où une supervision humaine est nécessaire. Le signalement d'un tweet par un utilisateur fait également partie de la panoplie de mesures devant permettre au réseau social de modérer les contenus publiés. Une supervision humaine reste en effet nécessaire dans une large palette de situations. Des mots qu'un logiciel pourrait juger violents ou interdits n'ont, en réalité, pas de raison d'être supprimés dans un contexte précis, tandis que certains messages très violents passent fréquemment les mailles du filet. Quid du nombre et de la qualité du personnel préposé à la modération des contenus ? Répondant au journal Le Monde, Twitter reste tout même évasif tout en assurant qu'il dispose d'« équipes de spécialistes qui assurent une couverture mondiale vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept dans de nombreuses langues, y compris le français ». Et d'ajouter : « Nos équipes passent par une phase de formation avec plusieurs examens de certification et un système de notation strict, comprenant des contrôles de qualité et de précision. Une formation continue est également dispensée et des contrôles de qualité sont

régulièrement effectués afin de garantir des standards élevés en matière de modération à tout moment ».

Malgré tous ces efforts, force est de constater que la problématique de la modération se pose encore avec acuité au réseau social. Les méthodes jusque-là mises en place restent globalement inefficaces, comme l'atteste d'ailleurs cette déclaration de l'ancien PDG du groupe, Dick Costolo « *Notre manière de lutter contre le harcèlement et les trolls est nulle, et elle est nulle depuis des années* ». En janvier 2021, l'actuel PDG Jack Dorsey a reconnu « un échec à promouvoir, au bout du compte, une conversation saine » sur son réseau social. Avant d'ajouter : « Oui, nous devons tous examiner, de manière critique, les inconsistances de nos politiques de contenus et de leur mise en application. Oui, nous devons être plus transparents sur nos opérations de modération. » Avec ce mea-culpa de son PDG, on pourrait s'attendre à des efforts supplémentaires pour assainir de façon proactive les contenus des publications de Twitter.

C : YouTube, Instagram, Snapchat et TikTok.

YouTube, TikTok, Instagram et Snapchat sont des plateformes spécialisées dans la diffusion de vidéos et d'images sur la toile. Leur popularité ne cesse de grandir au point de toucher des milliards d'individus par mois.

Lancé le 14 février 2005 par Chad Hurley, Steve Chen et Jawed Karim, YouTube est devenu en 16 ans d'existence le deuxième site web le plus visité dans le monde derrière Google. Selon les données contenues dans la page de presse de la firme, plus de 2 milliards de personnes consultent YouTube tous les mois, soit 1/3 des internautes. Chaque jour, plus d'un milliard d'heures de vidéos sont consommées et 720.000 de contenu sont ajoutées.

Selon des statistiques publiées par Yannick Bouissiere, expert LinkedIn, YouTube est racheté un an après sa création par Google pour le montant 1,65 milliards de dollars. En mai 2007, YouTube ouvre et développe à partir du mois de décembre son système de partenariat. Les Youtubeurs partenaires reçoivent une rétribution des publicités retransmises à côté de leurs vidéos.

Une autre application de partage d'image fixes et animées brille également par son taux de téléchargements hors norme. Selon La revue des médias, le magazine qui analyse les mutations des médias : « *Le 6 octobre 2010 Kevin Systrom et Mike Krieger lancent une application permettant à ses utilisateurs de partager leurs photos (uniquement dans un format carré jusqu'en 2015). Exclusive à l'écosystème Apple et son iPhone, l'application, qui s'appelle Instagram, rencontre un succès rapide et compte déjà 25 000 utilisateurs après*

vingt-quatre heures d'existence. Deux mois après son lancement, elle en compte un million. Lors de sa sortie sur Android en 2012, l'application est téléchargée un million de fois sur les téléphones équipés du système de Google en à peine une journée. » Le 9 avril 2012, la firme de M. Zuckerberg annonce avoir racheté Instagram pour le montant d'un milliard de dollars. Dans le monde, Instagram totalise 1,386 milliard d'utilisateurs actifs mensuels, le plaçant à la quatrième place derrière Facebook, YouTube et WeChat.

Le paysage du partage de photos et de vidéos numériques s'est renforcé avec l'arrivée de Snapchat en 2011. Snapchat est une application de messagerie individuelle et groupée qui permet aux utilisateurs d'envoyer des photos, des vidéos et des messages textuels qui disparaissent au bout de quelques secondes. L'application compte plus de 190 millions d'utilisateurs quotidiens, lesquels créent 3,5 milliards de snaps par jour. Lancé par ses cofondateurs, Evan Spiegel et Bobby Murphy, sous le nom de Picaboo, l'application est renommée Snapchat dès le mois de septembre 2012 et relancée dans l'App Store. En mai 2012, le média social intègre la fonction vidéo et au mois d'octobre, l'application Snapchat pour Android est lancée dans le Play Store de Google, la rendant ainsi accessible à de nouveaux utilisateurs. L'application connaît un développement et une croissance sans précédent. D'après un article publié par Ines Sancelot dans le blog Hubspot : « En avril 2016, les vues vidéo quotidiennes sur Snapchat sont estimées à 10 milliards, soit 2 milliards de plus que Facebook cinq mois plus tôt, une avancée considérable pour le réseau social. En juin, Snapchat dépasse Twitter avec 150 millions d'utilisateurs actifs par jour. » Au mois de novembre de la même année, Snap Inc. propriétaire de Snapchat lève 25 milliards de dollars pour son entrée en bourse, donnant la mesure de ses ambitions de croissance pour les années à venir.

La nouvelle venue dans l'univers des médias sociaux, TikTok, l'application chinoise de diffusion de vidéos courtes, développée en 2017, connaît une progression fulgurante au point de dépasser le milliard d'utilisateurs mensuel en septembre 2021. C'est le nouveau réseau social en vogue, c'est la deuxième application mobile la plus téléchargée sur Android et Apple avec plus 2 milliards de téléchargements.

Comme nous pouvons le constater, des milliards d'individus sont quotidiennement connectés à ces applications de partage et d'échange d'images fixes et animées. L'engouement des populations, surtout des jeunes, explique aisément l'intérêt des politiques pour ces plateformes numériques de communication. YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok, etc. ont la particularité d'être des médias numériques très prisés des jeunes. Il est notoire que le propre de la communication politique est l'utilisation de nouveaux médiums pour son expression.

Depuis le milieu des années 2000, avec la création de YouTube et de Dailymotion, la vidéo a fini d'intégrer l'arsenal des moyens de communication politique au point de devenir un outil incontournable de la communication politique numérique. La vidéo vient de ce fait renouveler la gamme des outils de marketing électoral mis à disposition des candidats. Dans un article publié sur La Revue des médias, Thierry Devars écrit : « *L'éclectisme des vidéos et la diversité de leurs usages témoignent des profonds bouleversements qui ont affecté la sociologie de la communication politique au tournant des années 2000.* »¹⁸⁵ En effet, les vidéos produites et diffusées à travers les médias sociaux, du fait de leur format et style, permettent aux politiques de poursuivre plusieurs enjeux. Arnaud Benedetti, professeur associé à l'Université Paris-Sorbonne et rédacteur en chef de la revue politique et parlementaire définit un triple enjeu de l'utilisation des médias sociaux par les politiques.

Le premier enjeu est celui de véhiculer une image de modernité. Pour les responsables politiques, la vidéo incarne ainsi l'opportunité d'un renouveau stratégique, en particulier lors des campagnes présidentielles. De façon générale, il y a ce besoin pour l'autorité politique de se montrer proche des populations. Par l'intermédiaire de ses vidéos publiées dans les réseaux sociaux, le pouvoir politique part à la quête d'une proximité avec son peuple au risque de désacraliser sa fonction. Comme nous l'avons déjà souligné, l'autorité politique doit cultiver et conserver un certain mythe, une certaine distance avec les populations. Même si, d'autre part, la proximité apparaît aujourd'hui comme un impératif de gouvernance démocratique. Entre le marteau de la présence médiatique sur les réseaux sociaux et l'enclume de la désacralisation de sa fonction auprès d'une partie de l'opinion, l'autorité politique avec l'aide de ses conseillers en communication doit opérer un savant dosage pour remplir ces deux fonctions.

Les politiques sénégalais ont parfaitement compris cet enjeu. A titre d'exemple, nous pouvons évoquer cette balade que le président Macky SALL a publié sur sa page Facebook en direct, le samedi 26 décembre 2020. Le président de la République, sans escorte, a arpenté plusieurs rues et avenues de la capitale sénégalaise. « *Il y a beaucoup de changements* », lance-t-il en conduisant. Une publication de Macky SALL qui a été non seulement regardée par plusieurs sénégalais, mais qui a créé une certaine sympathie car plusieurs personnes ont loué la modestie et la simplicité dont le président SALL a fait montre. Le coup de com, l'opération de charme visant à présenter Macky SALL comme un président proche de son peuple avait

¹⁸⁵ <https://larevuedesmedias.ina.fr/quand-les-youtubeurs-investissent-le-champ-politique>, consulté le 08/02/2023.

connu un franc succès, même si certains de ses concitoyens en ont profité pour lui lancer des flèches.

Le deuxième enjeu est relatif à la cible jeune, cette partie de l'opinion qui n'est pas forcément politisée mais qui constitue un vivier électoral très important, le plus important dans les pays africains. D'après le dernier rapport présenté par la Direction des Statistiques Démographiques et Sociales : « *Au regard de la structure par âge, la population sénégalaise en 2020, comme les années précédentes, est caractérisée par sa jeunesse. La moyenne d'âge est de l'ordre de 19 ans.* »¹⁸⁶ Les moins de 20 ans constituent 55% de la population sénégalaise. Or, les statistiques sur l'utilisation des réseaux sociaux font la part belle à la catégorie jeune qui constitue clairement la population la plus connectée. D'après les données publiées par Christophe Asselin dans le site digimind.com, la démographie des réseaux sociaux dans le monde se présente comme suit en 2021 :

57.9 % des utilisateurs de Twitter ont entre 18 et 34 ans ;

58% de l'audience de Facebook de 18 à 34 ans ;

70% des instagrammers ont moins de 34 ans ;

59% des snapchats ont entre 18 et 34 ans ;

66% des utilisateurs de TikTok ont entre 16 et 34 ans.

Au Sénégal, Waly Seck et Youssou Ndour sont les youtubeurs les plus populaires avec respectivement 576 k abonnés pour 149 423 276 vues et 428 k abonnés pour 142 123 919 vues, en 2020. Du côté de Instagram, le jeune Dudu caracole en tête avec 759 207 abonnés. Au regard du profil de ces influenceurs on peut déduire que la majorité de ces abonnés sont des jeunes.

Enfin, le troisième objectif visé par les politiques par la publication de leurs vidéos sur les médias sociaux est de s'affranchir des médias traditionnels qui opèrent systématiquement une critique et un décryptage de la parole politique. Par cette nouvelle forme de communication, les politiques cherchent à instaurer un rapport désintermédié avec les populations, échapper à toutes formes d'intermédiaires qui pourraient nuire à la bonne réception du message. Le leader de la France Insoumise, J. L. Mélenchon, parlant de sa chaîne YouTube affirmait « *On est en train d'atteindre l'objectif de contournement d'un certain nombre de médias officiels.* » Au Sénégal, le leader du parti Pastef/les patriotes a créé sa propre chaîne YouTube Jotna Tv pour s'adresser directement à ses militants et sympathisants. Les médias sociaux pourraient légitimement être une alternative aux médias traditionnels, car la pluralité des formats que

¹⁸⁶ https://investinsenegal.com/wp-content/uploads/2021/03/Rapport-sur-la-Population-du-Sngal-2020_03022021-1.pdf,

recouvre la vidéo rend compte d'une liberté de ton et de création qui, en prenant le contrepied de la référence télévisuelle, a progressivement institué internet en espace légitime de médiatisation de la vie politique. Lors de la campagne pour les élections communales et départementales du 23 janvier 2022, les candidats retransmettent en live sur leur compte Twitter et page Facebook leurs différentes activités politiques ponctuées par des caravanes et des rassemblements. La campagne se déroule en direct sur les réseaux sociaux.

Il nous paraît aussi important de noter que le développement des applications de diffusion et de partage des vidéos et images a entraîné une extension du domaine politique à un spectre élargi d'acteurs. Thierry Devars écrit dans La Revue des médias : « *Alors que l'espace public, jusqu'alors fondé sur le rôle central des médias d'information classiques, valorisent le discours d'un cercle restreint d'acteurs (personnel politique, journalistes, professionnels de la communication...), le développement des dispositifs numériques et les nouvelles formes de sociabilité en ligne (blogs, réseaux sociaux...) ont substantiellement changé la donne.* »¹⁸⁷ Ce qui doit nécessairement inciter à réfléchir sur un cadre juridique et professionnel pour encadrer ces nouveaux acteurs improbables du débat politique.

Les usages éclectiques des vidéos, des images et des posts ont définitivement consacré les réseaux sociaux en nouveaux objets médiatiques de la communication politique. A ce titre, ils constituent des maillons importants du dispositif des pratiques de communication politique.

Section II : L'utilisation des réseaux sociaux par les politiques.

Avec Internet, la communication politique est devenue plus interactive avec l'apparition des réseaux sociaux qui donnent aux acteurs politiques des possibilités d'étendre et de multiplier les moyens de communiquer avec leurs concitoyens. Ces médias sociaux numériques permettent aux hommes politiques d'avoir une communication directe, une communication ciblée de leurs messages et un moyen innovant de lever des fonds.

Internet offre aux acteurs politiques des moyens de communiquer et de dialoguer directement avec un large public sans nécessairement acheter un temps d'antenne ou être invité à la radio ou à la télévision. Le professeur Julien Boyadjian, maître de conférences en science politique à Sciences Po Lille, dans un article intitulé : *La communication politique à l'ère des réseaux sociaux : en plein dans la cible ?* nous informe que le Front National a été le premier parti politique français à créer un site web à la fin des années quatre-vingt-dix, parce que s'estimant à l'époque « censuré » par les médias traditionnels. Internet, à travers les possibilités qu'il

¹⁸⁷ <https://larevuedesmedias.ina.fr/quand-les-youtubeurs-investissent-le-champ-politique>, consulté le 08/02/2023.

offre, permet à priori aux politiques de s'affranchir en quelque sorte du diktat des médias. Boyadjian de préciser toutefois que la popularité sur la toile est corrélée à la présence dans les médias dits traditionnels. Autrement dit, une forte présence à la radio, à la télé, et dans la presse écrite aura pour conséquence d'aiguiser la curiosité des internautes. Et de façon générale, le journaliste ne disparaît pas complètement de ces interactions virtuelles ou numériques entre politiques et opinion, dans la mesure où l'émetteur espère fortement voir ses publications sur les réseaux sociaux reprises et commentées par les hommes de médias. Cette intervention des médiums physiques permet de donner plus d'aura et de crédibilité aux messages numériques et de toucher les personnes qui ne sont pas inscrites sur les plateformes digitales.

Toujours est-il qu'aujourd'hui, il suffit aux leaders politiques, aux partis et mouvements politiques d'avoir un site internet et des comptes sur les principales plateformes de communication numériques pour s'offrir une audience qui va au-delà des frontières nationales, car avec internet, le monde est devenu un village planétaire. Le taux d'audience et le niveau de référencement constituent les principaux enjeux de la communication digitale chez l'homme politique.

Le modèle économique de Facebook propose un service de ciblage des publications. Techniquement, la firme de Mark Zuckerberg propose moyennant une somme d'argent de porter une publication à un niveau d'audience défini et dans des localités précises. Ce travail de ciblage est réalisé à partir des informations personnelles des utilisateurs. Ce qui peut être fort intéressant pour les politiciens parce que ce réseau social à la différence de Twitter autorise la publicité politique. Les organisations politiques peuvent trouver un certain intérêt à adapter leurs messages en fonction des spécificités de leurs différents électors. D'après Boyadjian l'équipe de communication du candidat Trump avait utilisé ce type de publicités politiques pour dissuader les noirs américains de voter pour sa rivale Hillary Clinton. Se pose alors la question de l'utilisation des données personnelles des utilisateurs, surtout après le scandale provoqué par *l'affaire Cambridge Analytica*¹⁸⁸ Les milliers de données personnelles mobilisées par cette société pour vendre du micro-ciblage avaient été collectées et utilisées à l'insu des utilisateurs. A la suite du tollé créé par cette affaire, les dirigeants des pays développés ont exigé de Facebook une meilleure protection des données personnelles des

¹⁸⁸La société britannique Cambridge Analytica est soupçonnée d'avoir siphonné les données personnelles de dizaines de millions d'Américains sur Facebook, par l'intermédiaire d'un sous-traitant. L'affaire Cambridge Analytica est rapidement devenue une affaire Facebook après la découverte qu'en 2015 Facebook autorise cette collecte de données. Le réseau social est accusé de ne pas avoir suffisamment protégé les données de ses utilisateurs.

utilisateurs. Ce n'est pas seulement un problème pour la firme de Zuckerberg, mais c'est un problème pour les utilisateurs et pour la démocratie de manière générale. Cela montre les limites de la collecte massive de données, telle que le fait Facebook par exemple, puisque ces données peuvent être captées et détournées de leur usage initial. Elles peuvent permettre aussi de mener des campagnes d'influences ciblées, ce qui en période électorale, durant une élection peut complètement changer la donne. Au demeurant, l'efficacité du « big data électoral » et du micro ciblage reste très discutée. *« Être exposé à une publicité ou à une infox ne suffit pas à être influencé politiquement. Il convient de ne pas oublier que les internautes demeurent des citoyens dotés de valeurs politiques, qui fonctionnent comme des filtres lorsqu'il s'agit d'interpréter le sens des contenus politiques auxquels ils se trouvent exposés. »*¹⁸⁹

Les réseaux sociaux demeurent toutefois un puissant moyen de communication politique grâce à leur force de pénétration. Le marketing politique et la publicité politique se sont trouvé un nouvel allié dans les réseaux sociaux.

Barack Obama est considéré comme un précurseur dans le domaine du marketing politique sur les réseaux sociaux. Durant les campagnes électorales pour les primaires démocrates d'abord et ensuite pour l'élection présidentielle, l'ex-sénateur de l'Illinois s'est positionné comme le candidat des réseaux sociaux. Barack Obama prend très vite le large en termes de soutiens par rapport à ses concurrents sur les médias sociaux. Sur Myspace il comptait 400.000 « amis » soit le double d'Hillary Clinton, qui n'en comptait que 200.000 amis. Mais c'est sur Facebook, le réseau social leader qu'Obama va considérablement distancer ses adversaires politiques avec des millions de fans au moment où H. Clinton et J. McCain n'en comptaient respectivement que 158000 et 145000. Conscient des enjeux de la communication politique sur les réseaux sociaux, Obama procéda au recrutement de Chris Hughes, l'un des cofondateurs de Facebook, pour l'épauler lors de la campagne présidentielle de 2008. Pour montrer de façon pratique les effets des réseaux sociaux sur la campagne et l'élection du futur 44^{ème} président des Etats Unis, nous donnons l'exemple de l'opération « *Great Schlep* » :

« Toujours dans le contexte de la campagne présidentielle américaine, l'agence de communication Droga5 New York a été chargée de la campagne du candidat Obama sur les réseaux sociaux. Barack Obama devait remporter les votes de l'État de Floride qui est l'un des États clés lors des élections présidentielles. La Floride a été prise pour cible. Les retraités juifs de Floride votent traditionnellement pour les Républicains, alors que la jeune

¹⁸⁹ Julien Boyadjian, La communication politique à l'ère des réseaux sociaux : en plein dans la cible ? - Balises - Le magazine de la Bpi

génération était plus encline à voter pour le candidat démocrate. L'agence produisit une vidéo virale avec la comique Sarah Silverman, afin de pousser les petits enfants à aller leur rendre visite pour discuter du programme d'Obama. Le phénomène eut un grand retentissement sur le net et très vite les médias du pays relayèrent l'information. L'opération « great schlep » était lancée. À la suite de cette opération, 275 000 juifs de Floride ont reporté leur vote sur Barack Obama, qui gagna l'État avec 75 000 voix d'avance. »¹⁹⁰ Cet exemple est révélateur de la force de pénétration des médias sociaux numériques mais aussi du rôle extrêmement important des médias traditionnels dans la vulgarisation des messages numériques. A la veille de l'élection présidentielle de 2012, Obama candidat à sa propre succession se rend au siège de Facebook à Palo Alto en Californie, reçu par Mark Zuckerberg, il anime une conférence avec les jeunes employés, diffusée en direct sur internet. La volonté du président est claire : séduire les jeunes et maintenir sa posture de candidat des réseaux sociaux.

Au Sénégal les politiques se sont également mis à l'ère de la communication et du marketing politique digital. Le champion ou le « candidat des réseaux sociaux » sénégalais est sans conteste le leader du parti Pastef/ Les Patriotes, Ousmane Sonko avec sa chaîne YouTube « Jotna Tv » et ses comptes sur Twitter et Facebook. Aldiouma Sow, le chargé des élections de Pastef dans une interview accordée au journaliste B. Dione, dira : *« Les réseaux sociaux sont pour nous ce que l'imprimerie a été pour les protestants au 16^{ème} siècle en Europe et ce que l'édition privée a été pour les révolutions du 18^{ème} siècle en France »*¹⁹¹. Et comme pour justifier sa déclaration, M Sow d'ajouter que les réseaux sociaux *« font partie des leviers de communication les plus importants, voire le plus important de Pastef en ce sens qu'ils permettent un plus grand accès à la population et amoindrissent les risques de manipulation de l'information que nous voulons délivrer à nos militants et aux sénégalais de façon générale »*¹⁹². Du côté du pouvoir une cellule spécialisée dans la communication digitale est mise en place. Dans une interview que le conseiller technique du PR en communication digitale nous a accordée le 08/12/2021, M Ousmane Thiongane est revenu de façon très édifiante sur la place des réseaux sociaux dans la communication de la présidence. Nous proposons de transcrire ici les minutes de cet échange :

Abdoulaye Ndiaye : *Que représente la communication digitale dans le dispositif communicationnel de la présidence de la république ?*

¹⁹⁰ Marketing politique — Wikipédia (wikipedia.org), consulté le 31/10/2021

¹⁹¹ *Le Soleil* du mardi 29 juin 2021

¹⁹² Ibid.

Ousmane Thiongane : *la communication digitale occupe aujourd'hui une place centrale dans le dispositif de communication de la présidence de la république, parce que comme vous le savez, le digital est le point de départ de toute communication holistique, on ne peut pas faire aujourd'hui une communication efficace et efficiente sans passer par le digital. Il y a dix ans on enseignait aux étudiants les techniques de relation publique en utilisant l'interview ou le communiqué de presse, par exemple. Mais actuellement on se rend compte que la meilleure façon de toucher les gens, ce n'est plus le communiqué de presse. La preuve la plus palpable est qu'au niveau de nos statistiques à la présidence durant ces deux dernières années les tweets du Président ont remplacé à 92% les communiqués de presse de la présidence. Cela veut dire que si par an nous faisons 100 communiqués de presse pour critiquer une situation, condamner un phénomène, rendre hommage à une personnalité disparue, aujourd'hui la présidence n'en fait que 8.*

A.N : *Quelles sont les plateformes de communication digitale sur lesquelles s'appuie la présidence de la république pour communiquer ?*

O.T : *Nous nous appuyons sur une palette large de canaux digitaux, de Facebook, à Twitter en passant par YouTube, Instagram, Tiktok, etc., environ une dizaine de comptes en plus d'une newsletter que nous publions chaque mois.*

AN : *Pouvez-vous nous Parler des taux d'audience des comptes de la présidence ?*

OT : *Les différents comptes de la présidence sont très bien suivis. Au moment où je vous parle, le compte twitter de la présidence est à 529.000 followers, le compte Facebook de la présidence touche 266000 abonnés. Les comptes personnels du Président sont plus engageants, le compte Twitter personnel du Président est presque le plus suivi en Afrique francophone, il est actuellement à 1.800.000 followers, son compte Facebook est également très engageant, il est à presque 600.000 abonnés. Le compte Instagram du Président est le 3eme compte le plus suivi ou du moins qui a le plus d'engagements en Afrique.*

AN : *Pouvez-vous nous parler de l'opération de communication qui a consisté pour les internautes à poser des questions au PR. Comment a germé cette idée ? quel bilan vous en tirez ? peut-on s'attendre à ce qu'une telle opération se répète ?*

OT : *Vous savez le PR a l'obligation de rendre compte au sénégalais de ce qu'il fait et de ce qu'il dit parce qu'il a été élu par ces derniers. Il doit pouvoir se connecter avec eux pour les écouter et recueillir leurs sentiments. Aujourd'hui une grande partie de la cible nationale et internationale se trouve dans les réseaux sociaux. Toutes les statistiques le démontrent. C'est pourquoi le Président a opté pour une communication proactive avec les jeunes et avec les populations qui sont au niveau de l'internet. L'idée de cette opération de communication*

vient du PR qui se soucie beaucoup de sa proximité avec les sénégalais d'ici et de la diaspora. Il a avancé l'idée et nous nous sommes chargés de la mettre en œuvre. Il s'agissait pour les internautes sénégalais par des vidéos de pouvoir s'adresser directement au PR. Malgré le nombre pléthorique de messages que nous avons reçu, plus de 4000, le PR a tenu à les regarder tous et à répondre personnellement à un nombre important, surtout en individualisant les réponses. Pour les autres questions, nous l'avons interviewé et ses réponses transcrites. Nous en tirons un bilan très satisfaisant et sommes prêts à reprendre une telle opération parce que nous comprenons que la jeunesse sénégalaise se trouve dans cette cible. Le Sénégal compte plus de 9 millions d'internautes, 2 millions de sénégalais disposent d'un compte Facebook.

AN : *Comment expliquez-vous le fait que les comptes de PR soient plus suivis que les comptes de la présidence de la république ?*

OT : *Deux paramètres nous permettent d'expliquer cela. D'abord il y a fait que les réseaux sociaux sont relativement nouveaux au Sénégal, ils sont apparus dans notre pays il y a une dizaine d'années. C'est normal que les gens soient plus attirés par les comptes du PR que par les comptes de l'institution, ils espèrent une certaine spontanéité et authenticité de la part de celui qui les dirige. Ensuite, il faut prendre en compte le fait que les PR changent, mais l'institution demeure. Un nouveau PR qui vient peut trouver les comptes de l'institution largement devant en termes d'audience que les siens.*

AN : *Est-ce que c'est le Président Macky Sall qui gère lui-même ses comptes personnels ?*

OT : *Il est important de préciser que les comptes de Macky Sall sont des comptes institutionnels aussi longtemps qu'il sera Président de la République. Et par conséquent, c'est la cellule de communication digitale de la présidence qui est chargée de gérer ses comptes. Bien entendu il peut arriver que le PR tweet lui-même ses messages, il est digital et très au fait de ce qui se passe sur les réseaux sociaux. Mais, compte tenu de son agenda chargé et de son manque de temps, le PR est assisté par une équipe digitale, il y a une ou deux personnes qui écrivent, parfois il valide, parfois il ne valide pas.*

AN : *Est-ce que le site internet de la présidence a un bon niveau de référencement ?*

OT : *Oui, le site de la présidence de la république est très visité. Nous y rendons compte des différentes activités du PR.*¹⁹³

A la veille de l'élection présidentielle de 2019, Ousmane SONKO était très loin devant le président Macky SALL en termes de popularité sur la toile. Tous les sondages réalisés par des

¹⁹³ Interview accordée par Ousmane Thiongane, CT du PR Macky Sall en communication digitale, le 08/12/2021.

organes de presse en ligne donnaient le leader des Patriotes gagnant devant le président sortant. Hélas, la magie des réseaux sociaux n'a pas opéré dans les urnes pour SONKO. Il n'arrive que troisième derrière les candidats Macky SALL et Idrissa Seck. Le pouvoir sortant a pu mettre en place un dispositif pour rattraper son retard accusé dans les réseaux sociaux. Les médias classiques, présents dans les coins les plus reculés du pays, ont été fortement mis à contribution et des caravanes ont sillonné des villes entières pour porter le message du candidat Macky SALL. Au Sénégal, les médias numériques n'ont pas encore supplanté les médias traditionnels. La télévision et la radio restent encore très populaires.

Le revers de Ousmane SONKO pose la problématique de la légitimité politique dans les réseaux sociaux. Est-ce que ces nouveaux canaux d'échanges numériques constituent un espace de légitimation politique ? Dr Sakhite Gaye, enseignant chercheur au Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information de l'Université Cheikh Anta Diop pense que *« La légitimité médiatique ne donne pas forcément une légitimité politique, sinon le nombre de followers compterait pour les élections. Cependant, sur le plan politique, les réseaux sociaux pourraient participer à étendre l'influence de l'homme politique et l'aider à être plus visible »*¹⁹⁴.

En France, alors que la présidentielle de 2022 approche à grands pas, les acteurs politiques rivalisent d'ingéniosité et de créativité sur les réseaux sociaux pour véhiculer leurs messages politiques. C'est dans cette ferveur politico-politicienne que le président Emmanuel Macron a publié une vidéo sur les réseaux sociaux à l'occasion de la rentrée scolaire, dans laquelle il rend hommage à Samuel Paty et honore un pari conclu avec les youtubeurs McFly et Carlito. En publiant cette vidéo le président candidat à sa propre succession poursuivait manifestement deux objectifs : le premier, courtiser le corps enseignant en rendant un hommage appuyé à l'enseignant Samuel Paty assassiné le 16 octobre 2020 par un réfugié tchétchène pour avoir montré des caricatures obscènes du prophète Mouhamed P.S.L à ses élèves. E. Macron voulait souligner combien l'enseignement et la défense des valeurs de la république sont au cœur du pacte républicain français. Le deuxième objectif, s'adresser à la population jeune pour lui souhaiter une rentrée normale malgré le contexte de la pandémie à Covid 19 en brandissant la photo des célèbres Youtubeurs McFly et Carlito. Il faut noter que E. Macron mise sur ces influenceurs aux pour atteindre la population jeune et les français de manière générale. Il les avait reçus à l'Élysée en mai après que leur vidéo défendant les gestes barrières eut atteint les 10 millions de vues, pour un concours d'anecdotes. La vidéo de ce *feat*

¹⁹⁴ Le Soleil- mardi 29 juin 2021, p 3

*and fun*¹⁹⁵ avec le président de la république française a atteint 16 071 019 vues à la date du 23 mai 2021. La sortie du président Macron ce 2 septembre 2021 a été diversement appréciée en France. Parmi les reproches qui lui sont faits, on peut noter le clin d'œil vulgaire à des youtubeurs humoristes et l'hommage à un drame national qui a touché la France dans son âme. Révolté, Mathieu Slama, consultant et analyste politique, a déclaré dans Le Figaro « *Toute la communication politique de ces dernières décennies a opéré cette confusion entre marketing politique et intérêt général, et Emmanuel Macron représente en quelque sorte l'aboutissement et la quintessence de cette confusion délétère pour notre démocratie.* »¹⁹⁶ Les réactions outrées n'ont pas manqué de déferler sur les réseaux sociaux, condamnant toutes, la légèreté présidentielle dans cette communication.

Les dérives et ratés notés souvent dans la communication des politiques sur les réseaux sociaux peuvent être limités avec une bonne « *hygiène digitale* ».

L'« *hygiène digitale* » suppose que l'homme politique doit faire montre de constance et de cohérence dans ces déclarations. Ces positions d'hier sur certaines questions doivent refléter ces actions au présent, sous peine d'être rattrapé par la « var »¹⁹⁷. Car en effet, tout ce qui est publié sur internet peut y rester ad vitam æternam. Au Canada, il existe des agences dont le travail est de faire le toilettage des réseaux sociaux des néo-politiciens pour qu'ils ne soient pas rattrapés par la « var » de leurs déclarations antérieures.

Analyser la publicité politique sur les réseaux sociaux s'est révélé bien plus complexe en raison du flou qui entoure la ligne de démarcation entre « *promotion politique* » et « *information citoyenne* », des débats et des passions qu'elle a suscités depuis l'élection présidentielle américaine de 2016. Dans un article intitulé *Tout comprendre aux publicités politiques sur les réseaux sociaux*, publié dans le journal *Le Monde*, Michaël Szadkowski et Damien Leloup définissent la publicité politique sur les réseaux sociaux comme les « *Spots de campagne, appels à voter pour un candidat ou un parti, recrutement de militants ou de soutiens, inscriptions à des newsletters..., les équipes de campagnes des candidats, qui gèrent des comptes au nom de la personne concernée, ou d'un parti affilié, peuvent choisir de payer la diffusion de messages sur Facebook, Twitter, ou autres réseaux sociaux, pour qu'ils apparaissent à certaines catégories d'utilisateurs de ces réseaux (même si ces derniers ne*

¹⁹⁵ « exploit » et « amusant »

¹⁹⁶ « Emmanuel Macron oublie l'intérêt général au profit du marketing politique » (lefigaro.fr), consulté 01/11/2020

¹⁹⁷ Vidéo Assistant Referees.

sont pas abonnés ou n'ont pas « aimé » le candidat ou parti en question). »¹⁹⁸ A côté de cette propagande électorale, il existe d'autres messages au contenu politique mais qui n'appellent pas à voter pour un candidat ou un parti politique. Les Etats font souvent recours aux réseaux sociaux pour lancer des campagnes de sensibilisation sur les programmes gouvernementaux ou sur le respect des mesures barrières, entre autres exemples. L'on peut aussi évoquer les échanges que le président Macron avait initié sur TikTok pour répondre aux questions des internautes sur le vaccin contre la Covid 19. Ces messages, bien qu'étant politiques, ne sauraient être assimilés à de la propagande électorale.

La publicité politique sur les réseaux sociaux a provoqué une vive polémique lors de l'élection présidentielle américaine de 2016, à la suite de l'ingérence russe dans le déroulement du processus électoral. En effet, des publicités ciblées payées par la Russie ont spécifiquement visé des électeurs traditionnellement démocrates, notamment des habitants noirs de quartiers pauvres, pour tenter de les convaincre que voter était inutile et ainsi favoriser le score de Donald Trump. Les réseaux sociaux ont été vertement critiqués par les dirigeants occidentaux qui exigent la prise de mesures pour sécuriser les données personnelles des utilisateurs. C'est au milieu de cette tempête politico-médiatique que Jack Dorsey, PDG de Twitter a annoncé l'interdiction des publicités politiques sur son réseau social à partir de novembre 2019. Son concurrent direct Mark Zuckerberg refuse clairement de bloquer les publicités mensongères sur Facebook, préférant défendre la liberté d'expression. YouTube, également au banc des accusés concernant l'affaire des publicités politiques trompeuses de 2016, opte pour le silence sur ce dossier. TikTok, la plate-forme chinoise plébiscitée par les adolescents a annoncé au début du mois d'octobre 2019 qu'elle n'accepterait plus aucune publicité politique. Quant à Snapchat, la société continue pour l'instant d'accepter les publicités politiques.

Quid de l'efficacité de la publicité politique sur les réseaux sociaux ?

Selon les journalistes Michaël Szadkowski et Damien Leloup, des études sociologiques d'ampleur, principalement menées aux Etats-Unis, montrent clairement que les publicités politiques ont une influence sur le vote, mais que cet impact, difficile à quantifier, est plutôt faible. Ce type de publicités est très peu efficace pour faire changer d'avis quelqu'un qui a déjà fait un choix ou qui se sent particulièrement en accord avec les idées d'un candidat ou d'une candidate. En revanche, les publicités ont un impact plus tangible lorsqu'il s'agit de convaincre les indécis ou pour influencer sur le taux de participation.

¹⁹⁸ https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/06/tout-comprendre-aux-publicites-politiques-sur-les-reseaux-sociaux_6018271_4408996.html, consulté le 12/06/2022.

Enfin, si la parole politique semble plus affranchie sur la toile, il n'en demeure pas moins que les réseaux sociaux restent intraitables par rapport à certaines dérives. Même s'ils revendiquent une certaine neutralité vis-à-vis des lignes éditoriales des leaders et formations politiques, la suspension du compte de Donald Trump par les principales plateformes à la suite de sa défaite à l'élection présidentielle ou la censure par Facebook de publications de cadres du Rassemblement National montrent bien que la parole politique demeure contrainte et contrôlée sur ces espaces numériques. La régulation des réseaux sociaux se pose également avec acuité auprès des pouvoirs politiques. De plus en plus des dérives les unes plus scandaleuses que les autres sont notées chaque jour sur ces nouveaux médiums. C'est ce qui a fait dire à Umberto Eco, célèbre écrivain italien que « *Les réseaux sociaux ont donné le droit de parole à des légions d'imbéciles qui, avant, ne parlaient qu'au bar, après un verre de vin et ne causaient aucun tort à la collectivité. On les faisait taire tout de suite alors qu'aujourd'hui, ils ont le même droit de parole qu'un prix Nobel. C'est l'invasion des imbéciles.* »¹⁹⁹ Malgré la vive polémique engendrée par sa déclaration, il faut reconnaître que le maestro n'avait pas tort. En effet, pour le journaliste italien Mattia Cavadini internet est devenu « un enfer à ciel ouvert » sur terre, avec un déferlement d'injures, de propos haineux et de fake news. Il poursuit en arguant que l'anonymat offert par internet sur la place publique mondiale (où tout le monde se sent autorisé à parler de tout) est à l'origine d'une véritable crise sociale. Le discours de haine, avec sa spirale d'insultes qui s'auto-alimente tout en se propageant dans l'espace numérique, emporte tout sur son passage. Quiconque essaie de créer un compte ou un forum dans l'espoir d'y favoriser les échanges d'idées se retrouve au contraire submergé par un torrent de fiel.

Les haters²⁰⁰ sont de plus en plus nombreux et alimentent avec véhémence cette spirale d'insultes et de propos racistes, sexistes et haineux. Ce que malheureusement ils semblent ignorer, c'est qu'il y a derrière le profil qu'ils insultent un être humain fait de chair et de sang, une personne avec une vie, une famille, des amis et une dignité.

Au Sénégal, l'affaire du présumé viol qui a opposé le leader du parti Pastef et la dame Adjji Sarr a déclenché des salves d'insanités et de menaces dirigées contre la majorité présidentielle et ses militants, de la part de supposés sympathisants du parti Pastef. Encore aujourd'hui, des propos dangereux tendant à saper l'unité nationale sont véhiculés sur les réseaux sociaux. Ce qui d'ailleurs a motivé la sortie du ministre de l'intérieur, mettant en garde les usagers des

¹⁹⁹ <https://www.babelio.com/auteur/Umberto-Eco/2529>, consulté le 14/05/2022

²⁰⁰ Terme anglais désignant celui qui déteste et passe son temps à insulter, calomnier et dénigrer quelqu'un ou une organisation sur la toile.

réseaux sociaux sur les attaques verbales contre les communautés religieuses. Dans un communiqué publié par ses services il est écrit : « *Il est constaté, de plus en plus dans les réseaux sociaux, des attaques verbales virulentes contre des communautés religieuses de notre pays. C'est pourquoi, le ministre de l'Intérieur (Antoine Félix Diome) tient à rappeler que les libertés et les pratiques religieuses sont consacrées dans notre Constitution... l'État du Sénégal prendra-t-il toutes les mesures qui s'imposent pour, d'une part, faire respecter les lois et règlements en vigueur, et d'autre part, préserver la paix et la concorde qui ont toujours régné entre nos communautés religieuses* »²⁰¹. L'Etat du Sénégal a plusieurs fois réaffirmer sa ferme volonté de réguler les réseaux sociaux, des déclarations qui jusqu'à présent ne sont pas suivies d'actes concrets.

Ces plateformes digitales sont devenues le reflet de notre société, il suffit de lire les posts pour très rapidement avoir une idée de l'état d'esprit qui prévaut dans le groupe social.

CONCLUSION.

Dans le processus de communication politique, les parties prenantes font usage de plusieurs techniques pour atteindre leurs objectifs. Le pouvoir politique, à l'aide de symboles, se met en scène pour produire du consentement et pérenniser sa légitimité. Mais l'espace politique compte aussi parmi ses acteurs légitimes les médias, dont l'objectif est d'informer les populations juste et vrai. Le pouvoir politique se voit dès lors obligé d'interagir avec ces derniers, c'est la médiatisation de la vie politique. L'action du pouvoir politique et les informations véhiculées par les médias et dans les réseaux sociaux sont destinées au peuple. Dans une démocratie, seul le peuple est souverain, il confie le pouvoir à ses dirigeants à l'occasion d'élections libres et transparentes. C'est pour cette raison que les politiques et les OSC mettent en œuvre un ensemble de pratiques pour conquérir et conserver le pouvoir ou pour influencer les grandes décisions politiques.

²⁰¹ https://www.senenews.com/actualites/attaques-contre-les-communaut-es-religieuses-antoine-felix-diome-annonce-une-decision-majeure_372530.html, consulté le 09/02/2023.

TITRE II : LES PRATIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.

L'essor de la communication politique constitue un trait caractéristique des régimes démocratiques. Elle permet au pouvoir politique d'asseoir sa légitimité, à l'opposition d'aller à la conquête du pouvoir politique et aux organisations de la société civile de participer à la vie politique de la nation.

CHAPITRE I : LA COMMUNICATION POLITIQUE ET L'EXERCICE DU POUVOIR.

La communication du pouvoir politique peut être analysée à deux niveaux : la communication présidentielle et la communication gouvernementale.

Section I : La communication présidentielle.

La communication présidentielle renvoie naturellement à la communication du Président de la République, autrement dit, à ses discours, à ses déclarations officielles/formelles ou non officielles/informelles, elle engage directement l'autorité suprême de la République. La communication présidentielle est un élément très important du dispositif de légitimation du pouvoir politique.

Déjà en 1933, le président américain Franklin D. Roosevelt qui avait parfaitement compris l'importance la parole présidentielle pour son peuple, avait initié « *les fameuses causeries au coin du feu* », intitulé de l'émission radiophonique qu'il anime jusqu'en 1944. En effet : « *lors de ses causeries radiophoniques, le président Franklin Delano Roosevelt explique et justifie son action auprès du peuple américain. Au cours de ces années du New Deal, puis pendant la Seconde Guerre mondiale où l'influence des médias bouleverse le discours politique, Roosevelt compte parmi les premiers à comprendre les transformations en cours et sait en tirer parti. Fort de ses succès tant au plan intérieur qu'extérieur, il exerce un ascendant sans précédent sur la société américaine. Aux yeux de millions d'Américains, il incarne le président de l'espoir qui, grâce au ton adopté pendant ces causeries, sait leur parler dans l'intimité du foyer.* »²⁰² Ces interventions dont la longueur varie selon l'urgence de l'actualité, étaient le plus souvent centrées sur un thème et formulées dans un langage direct, accessible aux citoyens américains, elles révolutionnent la communication politique au XXe siècle. Ces successeurs vont perpétuer cette tradition du dialogue direct avec le peuple américain avec le fameux *going to public* pour contourner les lobbies politiques et économiques. Il s'agit pour eux d'avoir directement l'approbation ou tout au moins l'avis des américains sur certaines politiques qui généralement vont à l'encontre des lobbies.

Dans le vieux continent, plus précisément en France, le premier président de la Cinquième République a beaucoup sollicité la radio et la télévision pour s'adresser au peuple français. De Gaulle y voyait un moyen de se passer du parlement. Dans un article intitulé *Image, politique et communication sous la Cinquième République*, publié dans *Vingtième Siècle. Revue*

²⁰² <https://www.franceculture.fr/oeuvre/causeries-au-coin-du-feu-1933-1944>, consulté le 19/11/2021

d'histoire 2001/4, Christian Delporte rapporte un échange entre le président de Gaulle et son conseiller en communication : « *Très mauvais* ». Ainsi aurait répondu Marcel Bleustein-Blanchet, le patron de Publicis, au général de Gaulle qui lui demandait son avis sur sa prestation télévisée du 13 juin 1958. Et l'inventeur de la publicité moderne en France d'expliquer : « *Mon général, vous avez peut-être cru parler à trois millions de Français. Pas du tout. Vous vous adressez à un million de fois trois Français. La télévision, c'est un cercle familial. Avec elle, on pénètre au domicile des gens. Eh bien ! mon général, on n'entre pas chez les gens avec son képi sur la tête, ni avec ses lunettes sur le nez et en lisant son texte, quand on s'appelle le général de Gaulle* »²⁰³ Le moins que l'on puisse dire après cette leçon de communication, c'est que le Général apprend vite. En effet, dans une nouvelle allocution télévisée tenue le 27 juin, regard plein caméra, il s'adressa aux français les yeux dans les yeux, sans lunettes et sans notes. De Gaulle affectionne particulièrement cet exercice. De janvier 1959 à novembre 1965, il est intervenu officiellement 41 fois, dont 12 dans le cadre de conférences de presse.²⁰⁴

La communication présidentielle, en tant qu' « institution de la république » est dynamique et évolutive. Dans une publication intitulée : *La communication présidentielle en quête de modèle*, Jean Mouchon, professeur émérite Université Paris Ouest ; communication et information politiques, écrit : « *Depuis le milieu des années quatre-vingt, la communication présidentielle, plus fortement dégagée des formes d'expression habituelles à la fonction, s'élabore sur des modèles d'échange politique mouvants.* »²⁰⁵ Il identifie trois modèles de communication présidentielle qui se distinguent dans leur définition selon les positions respectives de l'homme politique, du médiateur et de l'opinion.

Le premier, est le modèle impositif. Il fonctionne sur la base de questions - réponse entre le journaliste et le président. Ces deux personnalités sont omniprésentes. L'opinion, absente du studio, est censée être représentée à deux niveaux. D'abord elle est représentée par le journaliste qui se fait son porte-voix. Pour être le porte-parole légitime de l'opinion, le médiateur doit être assez célèbre et ses compétences reconnues. Ensuite le public pourra s'identifier aux personnalités minutieusement choisies et silencieusement assises dans le studio. Parmi elles, on pourra identifier celles qui font la fierté de la nation dans divers domaines.

²⁰³ Delporte, Christian. « Image, politique et communication sous la Cinquième République », Vingtième Siècle. Revue d'histoire, vol. no 72, no. 4, 2001, pp. 109-123.

²⁰⁴ Ibidem.

²⁰⁵ <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1995-3-page-187.htm>

J. Mouchon a ensuite identifié le modèle de l'agora. Comme son nom l'indique, il fonctionne à la manière dont les anciens Grecs discutaient de la démocratie dans les places publiques. Ce modèle réunit tous les protagonistes de l'espace public : l'homme politique, le(s) journaliste(s) et les citoyens ordinaires choisis selon des critères bien définis. Le journaliste se voit dessaisi de ses prérogatives de porter la parole des citoyens et se contente de veiller au bon déroulement des débats. La participation du public est ici active, contrairement au premier modèle. Les citoyens ont la possibilité de prendre la parole, de poser des questions au président de la république. Toutefois la prise de parole n'est pas égalitaire, le citoyen ordinaire se voit retirer le micro une fois sa question posée, se voyant ainsi privé du droit de réplique. J. Mouchon écrit : « *Ces limitations sont révélatrices de l'aspect ambigu du modèle de l'agora. Plus démocratique que le modèle impositif en ouvrant l'espace à la discussion publique et en permettant la confrontation des points de vue, il reste fortement marqué par une conception stratifiée de la société. La parole n'est pas égalitaire : son poids est proportionnel au statut des participants. Le public, laissé pour compte dans le premier modèle, risque de n'être qu'une caution dans le second.* »²⁰⁶ Le modèle de l'agora rappelle les consultations citoyennes menées par le président Emmanuel Macron au plus fort de la crise sociale des Gilets jaunes. En constante chute dans les sondages E. Macron était parti à la rencontre de ses concitoyens pour discuter de quatre grands thèmes (transition écologique, fiscalité, organisation de l'État, et démocratie et citoyenneté). Toujours dans le même modèle, le Président Macky SALL, pour mieux prendre en compte les aspirations des jeunes, de plus en plus mécontents, a initié des séances d'échanges sous le label de *Joko ak Macky*. Enfin, le modèle interactif est caractérisé par la mise en relation du Président avec ses concitoyens aux moyens des duplex télévisés et conversations téléphoniques. Le rôle du journaliste se trouve encore plus réduit. C'est le modèle le plus démocratique entre les trois modèles en concurrence. Son intérêt réside dans la participation massive de citoyens, choisis selon des critères régionaux et socio-économiques. Les plans rapprochés du duplex permettent de suivre les réactions de chaque protagoniste et engagent le responsable politique à répondre de manière plus authentique. Des problèmes bien définis sont abordés et il n'est pas rare de voir le Président de la République prendre des décisions séance tenante allant dans le sens de résoudre certaines difficultés.

²⁰⁶ Ibidem.

L'évolution de la communication présidentielle du modèle impositif au modèle interactif en passant par celui de l'agora traduit un repositionnement des protagonistes de l'espace public. Si dans le premier modèle le public était marginalisé au profit du politique et du journaliste, on s'est rendu compte que progressivement le journaliste a perdu de son importance en faveur du politique et du public. Comme l'avait souligné D. Wolton, les médias sont le maillon faible de la communication politique. Le modèle de l'agora peut être vu comme une victoire du public. Son droit à la parole reconnu, le public place les échanges politiques au cœur des réalités vécues, extirpant du coup le discours politique des généralités et des abstractions.

Quel que soit le modèle de communication présidentielle, il demeure constant que la communication est d'abord et avant tout une affaire de tempérament, de talent, d'aptitude, bref, une affaire de personnalité. Le Président, aidé de ses conseillers en communication, veille au choix des dispositifs et élabore le message à faire passer en fonction des caractéristiques de la situation politique, du contexte économique et de l'état de connaissance de l'opinion. Au-delà des visées politiques, le Président de la République entend montrer sa dimension humaine et devenir plus proche et plus familier avec son peuple.

Dans un article intitulé *Senghor, Wade, Macky : les présidents sénégalais sont-ils de bons orateurs ?* publié le 19 octobre 2020 par Manon Laplace, le journal panafricain *Jeune Afrique* s'est intéressé aux styles de communication des présidents sénégalais, dans un entretien réalisé avec le docteur Cheikh Oumar Diallo. Spécialiste en communication, ancien conseiller technique du Président Wade, fondateur de l'École africaine d'art oratoire, C. O. Diallo livre son analyse des forces et faiblesses des présidents sénégalais.

Selon le Dr Diallo : « *Senghor, le premier Président de la République du Sénégal a été un parfait orateur, maîtrisant parfaitement la ponctuation et l'articulation, mais aussi par une parfaite maîtrise de ses silences et de ses respirations, il a su dompter son trouble de l'élocution : le bègue* »²⁰⁷. En tant que père de la nation sénégalaise, Sédar n'a cessé dans ses adresses aux sénégalais d'inviter à « communier dans un commun vouloir de vie commune », thème qui lui était particulièrement cher. Il invoquait souvent les héros sénégalais, Lat Dior, Ndiadiane Ndiaye, etc. pour fouetter le patriotisme de ses compatriotes. Lors de la crise qui a abouti à l'éclatement de la fédération du Mali, Senghor accusant les soudanais de vouloir réduire les sénégalais en esclave, a su jouer sur la fibre patriotique de ces derniers en convoquant dans son discours : « La bravoure et l'honneur d'un Ndiadiane Ndiaye et d'un Lat Dior », pour les amener à résister face à un « envahisseur de type nouveau ». Tel un père,

²⁰⁷ *Jeune Afrique*, le 19 octobre 2020 par Manon Laplace.

Senghor s'adressait à ses compatriotes en prodiguant des conseils et en mettant en garde contre les germes de la division. Dans son ultime discours à la nation sénégalaise prononcé le 31 décembre 1980, il a été, comme à son habitude d'ailleurs, très méthodique, pour ne pas dire pédagogue. Après avoir remercié les sénégalais pour l'avoir soutenu depuis 35 ans, il a expliqué point par point les motifs de son départ. Il a ensuite détaillé les nombreux efforts faits par son gouvernement pour lutter contre la corruption et promouvoir une administration efficace. Terminant son discours d'adieux il dira : « *Comme vous le voyez, un avenir prometteur s'ouvre à notre pays si, encore une fois, nous savons être, non seulement plus unis sur l'essentiel, mais encore et surtout plus attentifs et réfléchis, plus méthodiques, plus organisés, plus travailleurs. Si nous savons également maintenir la démocratie, c'est-à-dire le pluralisme des partis dans le respect des Droits de l'homme et des libertés fondamentales. Si j'ai un message à vous faire aujourd'hui, c'est bien ce dernier, qui s'adresse à tous les citoyens et citoyennes du Sénégal.* » Senghor était très attaché aux valeurs culturelles sénégalaises et s'inspirait beaucoup des pères fondateurs pour s'adresser aux sénégalais.

Abdou Diouf est sans doute le Président le moins bavard de l'histoire politique du Sénégal. Technocrate, mais timide, Diouf n'avait pas la même envergure, ni la même culture encore moins la même éloquence que son prédécesseur. Mais sa stature (1.m 98) et sa communication non verbale lui ont permis de combler ces manques. Analysant la communication de Diouf, Dr Diallo dira : « *Abdou Diouf, c'est la posture d'excellence, la verticalité, autrement dit le fait de remplir l'espace intensément de sa présence. Il y a également une grande musicalité dans la voix d'Abdou Diouf.* »²⁰⁸ Avec Diouf, c'était l'orthodoxie, ses sorties étaient soigneusement préparées et les sorties de piste étaient quasi inexistantes. Il s'exprimait à l'occasion d'événements solennels et s'en tenait strictement à ce qui a été préparé.

Tout le contraire de son successeur à la tête de l'Etat du Sénégal, Abdoulaye Wade. Tonitruant opposant, fougueux, harangueur invétéré des foules, Wade accède au pouvoir tout en restant opposant dans l'âme. D'après Dr Diallo : « *Pour Abdoulaye Wade, l'éloquence est l'argument fort. « Dire, c'est faire » ; l'énoncé, c'est l'action. Il tient la parole comme mot de gouvernement, comme transport des foules. Il vit en permanence dans l'éclat et par conséquent, dans les sorties de pistes et le hors-discours. Ce qui n'empêche qu'il travaille énormément ses discours.* »²⁰⁹ Abdoulaye Wade est une personne spontanée, et n'hésite pas, de façon improvisée à régler des comptes à une entité ou à une personne en plein discours.

²⁰⁸ Ibid.

²⁰⁹ Ibid.

Ces « échappées verbales » qui lui ont permis de se forger une réputation de grand tribun, lui ont, cette fois ci, été fatale, ce 14 juillet 2011. Dr Diallo, conseiller de Wade au moment des faits, est revenu sur cette sortie de piste suicidaire : « *En effet. Après le discours en français est arrivé le moment de la traduction en wolof. Si le premier avait été écrit et maintes fois repris, le second était une pure traduction improvisée par Abdoulaye Wade. Au moment où il semblait avoir toutes les cartes en main, il a employé ces trois mots-suicide : « Ma waxoon waxeet ». « Je l'ai dit, et maintenant je me dédis » : cette phrase ne figurait aucunement dans le discours en français. Elle est sortie de nulle part : ou plutôt du cerveau d'Abdoulaye Wade et de son wolof du terroir. »* Voulant se dédouaner, le conseiller d'ajouter « *On ne pouvait pas prévoir l'imprévu. On ne dit pas au président Wade comment il faut s'exprimer, d'autant moins en wolof. »*²¹⁰

« Ma waxoon waxeet » a été repris, parodié au point de devenir le tube de l'été 2011. Cette échappée verbale qui dénote à la fois d'un agacement face au tollé suscité par la troisième candidature et d'un excès de confiance de son auteur a préfacé la chute du pouvoir de l'alternance qui interviendra une année plus tard.

Son successeur et ancien disciple, Macky Sall, est plus sobre et plus posé. Géologue de formation, le Président n'est pas adepte des envolées lyriques et est plus économe en parole. Comparé à son ex-mentor, Dr Diallo est d'avis que « *Macky Sall c'est tout le contraire d'Abdoulaye Wade. Pour lui, « faire, c'est dire ». Sa méthode, c'est d'abord de faire, puis de venir expliquer. La force de Macky Sall, c'est qu'il n'est pas dans la vitesse, il prend son temps. Pour lui le discours, c'est la clarté : « sujet, verbe, complément ». Quand pour Abdoulaye Wade, ça peut être : « sujet, verbe, compliment »*²¹¹.

La communication présidentielle s'est beaucoup modernisée sous Macky SALL. Comme nous l'avons écrit un peu plus haut, les réseaux sociaux et autres supports digitaux (site internet) sont devenus les nouveaux objets médiatiques de la communication politique. La communication est érigée en mode de gouvernance dans les démocraties modernes, c'est un outil important de légitimation du pouvoir politique, c'est pourquoi le Président lui accorde une place de choix dans son dispositif. Depuis 2012, plusieurs sommités du monde de la presse et de la communication ont tour à tour occupé les postes de conseiller en communication et de porte-parole de la présidence. Parmi elles nous pouvons citer : El Hadji Hamidou Kassé, brillant philosophe et ancien Directeur du quotidien nationale *Le Soleil*, Yakham Mbaye, journaliste et actuel Directeur Général du même quotidien, Abdou Latif

²¹⁰ Ibid.

²¹¹ Ibid.

Coulibaly, journaliste d'investigation, auteur de plusieurs ouvrages sur la politique sénégalaise, Seydou Gueye, porte-parole de l'APR, Mamadou Thiam, expert en communication. Le Président de République, conscient du fait que les moindres faits et gestes présidentiels sont épiés, scrutés et commentés par les médias et par l'opinion prend très au sérieux le casting pour trouver les personnes ressources capables de bien porter la communication présidentielle. Macky SALL est un Président très actif sur les réseaux sociaux, il ne se passe pas un jour sans qu'il ne partage avec l'opinion publique nationale et internationale ses activités présidentielles sur sa page Facebook et sur son compte Twitter. La page Facebook du Président (<https://www.facebook.com/prmackysall>) compte au jour du 26/11/2021, 613 k d'abonnés et rend compte quotidiennement des activités de Macky Sall. Son compte Twitter (https://twitter.com/Macky_Sall) avec 1.7M abonnés au jour du 26/11/2021 est journalièrement illustré de vidéos, photos, et textes (3630 Tweets) relatant le quotidien du Président de la République. En plus de ces supports personnels de communication du Président Macky SALL, la présidence dispose également d'une page Facebook avec 265k d'abonnés (Présidence de la République du Sénégal | Facebook)²¹² et d'un compte Twitter (https://twitter.com/pr_senegal) avec 4 307 Tweets et suivi par 526.5 followers²¹³. La comparaison entre les comptes personnels du Président et ceux de la Présidence montre nettement que Macky SALL totalise plus d'abonnés et de followers que l'institution présidentielle qu'il dirige. Cela peut s'expliquer par le fait que l'opinion est plus assoiffée d'authenticité, et de spontanéité de la part du Président que de protocole et de respect d'une ligne éditoriale prédéfinie. La présidence de la République dispose également d'un site internet à l'adresse : <https://www.presidence.sn/>. Prenant la pleine mesure de la capacité de pénétration des réseaux sociaux et voulant se rapprocher encore plus de ses concitoyens connectés, dans le contexte de la pandémie, le Président Macky SALL a véritablement révolutionné la communication présidentielle en proposant aux internautes de lui poser des questions sur son programme de résilience économique post Covid 19. Comme le relate Charlotte Idrac correspondante de RFI à Dakar : *« Le principe est simple : les internautes peuvent envoyer leurs questions par vidéo, de moins de 30 secondes. Sur les actions de l'État pour renforcer le système de santé, sur les aides aux ménages, à la diaspora, aux entreprises... Tous les volets de ce plan de résilience lancé début avril, accompagné d'un*

²¹² <https://www.facebook.com/PresidenceSenegal/>, consulté le 26/11/2021

²¹³ https://twitter.com/Macky_Sall, consulté le 26/11/2021

*fonds doté de 1000 milliards de FCFA, environ 1,5 milliard d'euros.*²¹⁴» C'est ainsi que le samedi 18 juillet 2020 le Président a pu répondre à 1000 questions posées par les internautes. Lesquelles tournaient, entre autres, autour du franc CFA, du Train Express Régional TER, de l'emploi des jeunes et des collectivités territoriales. Un exercice original qui a pris les airs d'une interview populaire, une première dans l'histoire politique du Sénégal. Selon Ousmane Thiongane, conseiller spécial, chargé de la communication digitale de la présidence, le Président a pris le temps d'écouter et ensuite de personnaliser les réponses. Il décrit Macky SALL comme un chef d'Etat moderne qui comprend les enjeux de la communication surtout dans les espaces numériques.

La pandémie de la Covid 19 a bouleversé l'économie et la politique de tous les pays, ainsi que les relations internationales. « *Rien ne sera plus comme avant* » pouvait - on entendre de la bouche des leaders mondiaux. Au Sénégal, face à la crise sociale, politique et économique, le Président Macky SALL se devait de réadapter sa communication pour apaiser et redonner espoir à ses concitoyens et anticiper sur les relations internationales dans un contexte post Covid 19. François Backman, spécialiste en communication, décryptant les sorties du Président sénégalais depuis l'éclatement de la pandémie a pu identifier trois profils de Macky SALL : « Macky-pompier », « Macky-capitaine », « Macky-leader africain ».

Macky- pompier et capitaine de la pirogue Sénégal. Le 23 mars 2020, alors que les premiers cas de Covid 19 se sont déclarés dans le pays, le Président, dans une adresse à la nation a annoncé des mesures fortes allant dans le sens de contenir la maladie, d'organiser la riposte et de soulager financièrement les secteurs d'activité les plus touchés. Parmi elles, on peut citer : la proclamation de l'Etat d'urgence, la mise sur pied d'un comité de croissance et de veille économique Covid-19, d'un plan de résilience économique et sociale et un fonds de riposte et de solidarité baptisé Force-Covid-19 qui devrait, via des ressources publiques et privées, mobiliser 1 000 milliards de francs CFA, ceci, afin d'accompagner les entreprises, les ménages et les membres de la diaspora. Dans son article intitulé *Covid 19 en Afrique : la communication du Président Sénégalais, entre virus et dette*, François Backman écrit : « *Sous la houlette des services de la présidence et du ministère de la Santé et de l'Action sociale, se mettent en place diverses campagnes de prévention en wolof, langue parlée bien plus que le français et la mise en place de divers outils numériques ; le but étant d'informer et de prévenir. Tout ceci ne serait pas possible sans la mobilisation des acteurs de la société civile et religieux qui, eux aussi, mettent la plupart du temps la « main à la pâte » En effet, c'est par*

²¹⁴ <https://www.rfi.fr/afrique/20200718-s-%C3%A9n%C3%A9gal-pr%C3%A9sident-macky-sall-r%C3%A9pond-questions-internautes>

*eux que l'on peut toucher le plus grand nombre, bien plus que par les fils Twitter et autres Facebook en langue française. »*²¹⁵. Le Président a su développer un discours fédérateur qui a pu transcender les clivages politiques. Les images de Macky Sall recevant au Palais présidentiel l'ensemble de la classe politique et des organisations de la société civile redonnent espoir aux sénégalais. Même ses opposants les plus irréductibles ont répondu à son appel.

Macky-leader africain. En se positionnant comme le chantre de l'annulation de la dette des pays pauvres en cette période de pandémie, le Président sénégalais s'est forgé un leadership continental et international, de plus en plus affirmé. Tout est parti de son texte publié le 08 avril 2020 que d'aucuns qualifient d'« appel de Dakar ». Dans son adresse, le Président appelle les leaders des pays développés et des pays en voie de développement à redéfinir les relations internationales sur des bases d'un partenariat et non de l'assistanat. Après avoir posé un diagnostic sans complaisance de la vulnérabilité des systèmes économiques et sanitaires des pays du monde entier, Macky préconise « ... *d'apprendre de nos erreurs et de nos limites, de redéfinir l'ordre des priorités, de redonner plein sens à l'économie réelle en investissant plus dans l'agriculture, l'énergie durable, les infrastructures, la santé, l'éducation et la formation, pour réaliser un développement soucieux du bien-être de l'homme intégral.* » D'après lui : « *Il est temps de travailler ensemble à l'avènement d'un nouvel ordre mondial qui met l'humain et l'humanité au cœur des relations internationales. Il est temps de considérer les questions de santé publique au même titre que la paix, la sécurité, l'environnement, la lutte contre le terrorisme et autres criminalités transfrontalières.* » Le Président de la République de lancer un vibrant appel : « *Ce nouvel ordre mondial, que j'appelle de mes vœux, suppose une confiance mutuelle et une volonté sincère de coopérer autour de questions d'intérêt commun et de valeurs partagées, dans le respect de nos différences et de nos diversités.*

Il postule surtout un nouvel état d'esprit qui reconnaît que toutes les cultures et toutes les civilisations sont d'égale dignité ; et qu'il ne saurait y avoir de centre civilisationnel supérieur qui dicterait aux autres la façon d'être et d'agir. Comme le dit une sagesse africaine, l'arc-en-ciel doit sa beauté aux tons variés de ses couleurs.

²¹⁵ <https://www.jean-jaures.org/publication/covid-19-en-afrique-la-communication-du-president-senegalais-entre-virus-et-dette/>, consulté le 26/11/2021.

Ramené aux questions planétaires de santé publique, ce nouvel ordre mondial devra exclure toute forme de discrimination, de stigmatisation et de préjugés, en particulier envers notre continent. » Macky a ensuite rappelé que « L'Afrique, berceau de l'humanité et terre de vieille civilisation, n'est pas un no man's land. Elle ne saurait, non plus, s'offrir comme terre de cobayes. Exit également les scénarios catastrophistes qui s'évertuent à dessiner un futur d'apocalypse pour le continent. Ce continent a subi des épreuves autrement plus périlleuses et plus cruelles.

Il est resté résilient et tient plus que jamais debout ! »²¹⁶

Cette communication du Président Macky est une véritable plaidoirie pour l'Afrique, et tranche nettement d'avec les discours *has been* de bon nombre de ses pairs, fondés sur la dégradante politique de la main tendue.

La période de la pandémie constitue un moment crucial pour la communication présidentielle. En effet, face à la réticence et des fois, au refus des populations d'accepter les restrictions des libertés publiques, de respecter les mesures barrières et de se faire vacciner, la cellule communication de la présidence se doit de toujours innover, de faire preuve créativité et d'adresse pour faire accepter les messages et directives du Président. A situation exceptionnelle, mesures exceptionnelles. Le Président ne s'est jamais aussi souvent adressé à ses compatriotes que durant la pandémie du Covid 19. A chaque fois que la situation l'imposait, Macky SALL s'est ouvert au sénégalais en annonçant des mesures et en appelant à l'unité face à la maladie. Adoptant la pédagogie par l'exemple, le Président a été parmi les premières autorités à se faire vacciner devant les caméras de la télévision nationale en compagnie de son gouvernement et des Présidents des institutions.

En dehors des discours solennels prononcés lors des événements institutionnalisés dans le calendrier de la république, il arrive que le Président s'adresse à ses concitoyens à l'occasion d'une rencontre politique, d'une cérémonie de pose de première pierre ou d'inauguration ou encore lors d'une conférence ou point de presse. Ces sorties sont quelques fois émaillées de dérapages au grand dam de ses conseillers en communication. Le Président est souvent victime de son franc parler occasionnant des déclarations maladroites. Le 27 février 2014, revenant d'une tournée qui l'a mené dans plusieurs pays européens et asiatiques Macky parlant aux sénégalais déclare : « *Que les Sénégalais sachent que la communauté internationale nous a lancé un défi en finançant sur 3,729 milliards de FCFA le PSE. Nos partenaires ne sont pas des enfants de cœur, ils ont posé des conditions claires. Désormais,*

²¹⁶ L'Afrique et le monde face au covid-19 : point de vue d'un africain", par Macky Sall, président de la république du Sénégal.

*que les Sénégalais se mettent au travail pour mériter leur salaire. Que les Sénégalais arrêtent d'aller au bureau en faisant semblant de travailler, d'adopter des comportements clandestins pour ensuite créer des problèmes quand le gouvernement réagit. Cela ne rime pas avec l'émergence (...) »*²¹⁷ Beaucoup de journalistes et d'observateurs ont qualifié cette sortie d'erreur de communication grave, pouvant même faire fuir les investisseurs. Ou encore, quand le Président fustigeait l'insalubrité des villes sénégalaises lors de la cérémonie officielle d'ouverture de l'expo Dubaï 2020. Le spécialiste en communication et ancien conseiller du Président Wade, Momar Thiam qualifie cette sortie présidentielle d'« *entorse à la communication présidentielle* ». Une autre particularité de la communication du Président SALL est son côté, parfois, humoristique. En dépit de son sobriquet « Niangal Sall » en référence à sa mine toujours sévère, Macky SALL est plein de ressources quand il s'agit de créer un fou rire au sein de son auditoire. User d'humour pour capter l'attention du public, rendre son discours moins vulnérable à la critique et donc plus audible, semble être une stratégie ou ruse de communication politique du Président de la République. En effet, d'après Mamadou Diouma Diallo, docteur en communication, enseignant chercheur à l'UGB, « *Si on part du postulat que l'humour est une forme de communication qui génère des émotions positives, il est naturel de l'envisager comme une forme de communication politique. En effet, la communication politique joue aussi bien sur le registre du rationnel que sur celui de l'affectif et vu sous cet angle, l'humour devient un outil pour entrer en communion avec son audience et donc rapprocher davantage l'homme politique de son public. Si communiquer c'est aussi être capable de stimuler des émotions, nul doute que le rire contribue à cela et peut donc davantage contribuer à créer des relations affectives avec son public. En ce sens, il devient un outil de communication politique.* »²¹⁸ De façon générale, le sourire constitue un élément de communication non verbale ou comportementale, il traduit la bonne humeur de son émetteur et ses dispositions à établir un dialogue positif. Macky SALL semble être un grand adepte des « sorties de piste humoristiques » dans ses discours solennels. La dernière en date remonte à l'inauguration du stade Me Abdoulaye Wade, quand le Président prononçant son discours fait un clin d'œil à la première dame qui n'a laissé personne indifférent, même cette dernière a explosé de rire. « Nonou leu, sila bokk »²¹⁹, enchaîne le Président SALL, tout souriant, visage adouci, loin de l'homme froid qu'il laisse parfois transparaître. Quelques semaines avant, le Président parlant de Alioune Cissé l'appela El tactico, sobriquet que les

²¹⁷ Des propos de Macky Sall, qualifiés d'« intolérable erreur de communication » (senenews.com), consulté 29/11/2021

²¹⁸ L'Observateur N° 5525, du samedi 26 & dimanche 27 Février 2022, p.6

²¹⁹ Expression wolof pour rendre hommage à son épouse.

jeunes sénégalais ont donné à l'entraîneur de l'équipe nationale de football, victorieuse de la coupe d'Afrique Cameroun 2022, créant du coup un fou rire dans l'assistance. Ces piques qui font rigoler servent aussi quelquefois à véhiculer des messages politiques. C'est comme quand il dit, s'adressant à l'opposition « Séneu yaram day khassane diéleu », histoire de prédire une défaite de ses opposants lors des prochaines élections, comme cela a été le cas par le passé. Deux nombreux exemples de ce type peuvent être cités. Le président Macky Sall à travers ses sorties humoristiques montre qu'il est un homme du peuple, qu'il est proche de la population et qu'il est très au fait de ce qui se dit dans les Grand-places, dans les réseaux sociaux, bref, dans l'opinion.

La prise de parole du Président fait parler, suscite des commentaires de tous bords, dans les réseaux sociaux, dans les médias traditionnels et dans l'opinion, mais son silence est « bruissant de parole » pour paraphraser Maurice Merleau Ponty. De moult interrogations fusent de toute part ; pourquoi ne parle-t-il pas ? à quand remonte sa dernière prise de parole ? est-il en bonne santé ? que mijote-t-il ? etc.

*« De manière générale, la stratégie de communication présidentielle se présente comme l'ensemble des efforts de la présidence pour contrôler symboliquement par la parole, le silence et l'action la définition de la situation politique offerte par les médias et les autres acteurs politiques en s'appuyant sur les ressources liées à la position institutionnelle ».*²²⁰

La communication présidentielle ne se limite pas à ses prises de parole télévisées, radiodiffusées, digitales ou manuscrites, elle englobe aussi les déplacements du Président à l'intérieur comme à l'extérieur du pays.

La communication présidentielle occupe une place importante dans le dispositif de production de légitimité populaire du pouvoir exécutif. Mais elle a besoin d'être renforcée et appuyée par la communication gouvernementale.

Section II : La communication gouvernementale.

La communication gouvernementale est, à l'instar de la communication présidentielle, un outil qui permet d'asseoir la légitimité du pouvoir exécutif. C'est la communication du gouvernement sous la houlette d'un premier ministre ou d'un ministre porte-parole du gouvernement. Elle repose sur le droit du public d'obtenir une information juste et complète, et sur le devoir du gouvernement d'informer les citoyens des politiques, des programmes des services gouvernementaux et des responsabilités qui en découlent. La communication gouvernementale joue ainsi un rôle fondamental dans la poursuite des missions de l'État et

²²⁰ Jacques Gerstlé, op.cit., p 90

elle est indispensable à l'exercice des responsabilités du gouvernement. Elle se déploie au niveau national à l'initiative du gouvernement et au niveau local avec les administrations déconcentrées (Gouverneur, Préfet et Sous-Préfet). La communication gouvernementale se particularise par la multiplicité des émetteurs (ministres, secrétaire d'Etat, administration déconcentrée), des actions ponctuelles et sur la durée, la diversité des cible (grand public, cible particulière) en fonction des sujets, et par le recours à des prestataires privés : instituts de sondage, conseils en communication, agences de communication.

La communication gouvernementale comporte trois principales missions :

La première mission est de faire connaître aux citoyens les politiques publiques conduites par le pouvoir politique dans un contexte où le message de l'État doit s'exprimer au milieu d'une multitude d'autres. Là, la frontière séparant communication publique et communication politique est parfois mince. Sur ce point, nous pouvons souligner que la communication publique est une communication d'intérêt général émise par les administrations, les collectivités territoriales et les organismes publics. Elle constitue un service public à part entière et s'adresse à l'ensemble de la population : citoyens, habitants, contribuables, usagers des services publics. La communication politique concerne plus le débat politique et les élections. Pour les auteurs Philippe Aldrin et Nicolas Hubé il n'y a pas de distinction « naturelle » ou fondamentale entre la communication politique et la communication publique, en termes notamment d'intentions politiques ou de pratiques communicationnelles. Les deux types de communication servent bien des finalités politiques. Pour eux les seules différences qui pouvaient être identifiées procèdent de la qualité ou de la position des communicants, en fonction d'où on parle (le congrès d'un parti ou un ministère) et au nom de qui ou de quoi (un électorat, un groupe social ou, au contraire, l'État, l'intérêt général).

La seconde mission est liée à la volonté de modifier les comportements collectifs des citoyens. Il s'agit à la fois des campagnes de prévention notamment en matière de santé (Covid-19, Sida, alcool, prévention, etc.) ou de sécurité (routière, maltraitance, accidents domestique, etc.) comme celles liées aux enjeux collectifs (développement durable, civisme, lutte contre les discriminations, etc.).

Enfin la communication gouvernementale vise aussi à l'information et la valorisation des services et des missions de l'État. C'est l'ensemble de la communication des administrations en direction des usagers des services publics ou la communication plus institutionnelle de certains ministères.

La couverture et la vulgarisation des actions gouvernementales par les médias est devenue une préoccupation continue assurant la visibilité sociale de l'action politique. La communication

gouvernementale peut être perçue comme une activité mixte partagée entre la pression des allégeances politiques et le souci de l'efficacité persuasive.

Compte tenu de son importance dans la gouvernance démocratique, la communication gouvernementale est bien structurée et peut être portée par des institutions multiples selon la configuration du gouvernement : le porte-parole du gouvernement à part entière ou qui occupe une fonction ministérielle, le porte-parole du premier ministre et son service de presse, et les services d'information et de communication de chaque ministère. Les structures (direction ou service) des ministères chargées de la communication travaillent en parfaite symbiose avec le cabinet du Président et du Premier ministre (s'il existe) pour produire et diffuser l'information de l'exécutif.

Les outils les plus connus de la communication gouvernementale sont : le journal officiel de la République, les arrêtés ministériels et préfectoraux, le communiqué de la réunion du conseil des ministres, le communiqué ministériel, les points et conférences de presse, la déclaration de politique générale, le site internet gouvernemental : www.gouv.sn, etc.

Dans le contexte sénégalais, le gouvernement du Sénégal, dans le but d'étoffer sa communication, a lancé en février 2018 le Bureau d'Information Gouvernementale (BIG), placé sous l'autorité directe du Premier Ministre. Ce pendant du Service d'Information Gouvernementale (SIG) français s'est donné six missions, à savoir :

1. Analyser l'évolution de l'opinion publique et le contenu des médias
2. Diffuser des informations sur l'action gouvernementale
3. Entreprendre des actions d'intérêt général à caractère interministériel
4. Apporter une assistance technique aux administrations publiques
5. Coordonner la politique de communication du gouvernement
6. Effectuer des campagnes d'information et d'études d'opinion.²²¹

Dans une interview qu'il nous accordée, M Seydou Gueye, ministre conseiller et ancien porte-parole du président de la république est revenu sur les circonstances de la création du BIG en ces termes : « *Pour restituer l'histoire sans la tronquer il faut mettre en évidence que c'est le président de la république Macky Sall lui-même qui a eu l'idée d'une structure qui pourrait servir de guichet unique de l'information relative aux politiques publiques, parce qu'on a constaté que l'opinion dit souvent que le gouvernement a beaucoup fait mais il ne communique pas assez. Et il m'a demandé, à l'époque j'étais ministre auprès du premier ministre, porte-parole du gouvernement, de travailler à lui proposer un organe qui aurait*

²²¹ <https://www.big.gouv.sn/index.php/big/>, consulté le 05/12/2021

comme mission de porter à l'attention de l'opinion, du public et du citoyen les bonnes informations concernant la mise en œuvre des politiques publiques. Cette instance devait aussi avoir comme mission un appui au porte-parole du gouvernement, comme back office. C'est avec le concours de Doudou Sarr Niang, journaliste expérimenté, ancien directeur de l'APS, qu'on a proposé au président de la république le modèle qui lui a permis de prendre le décret qui a institué le BIG. »²²² Selon son directeur général, M. Doudou Sarr Niang : « Le BIG est un dispositif d'appui à la communication gouvernementale, il remplit une fonction de conseil du gouvernement en matière de gestion de l'information, mais aussi en matière d'élaboration de stratégies de communication et de leur impact. »²²³

À la suite de la promulgation de la loi constitutionnelle portant suppression du poste de premier ministre le 14 mai 2019, par le Président de République, la communication du gouvernement est portée par le ministre des collectivités territoriales, du développement et de l'aménagement des territoires, porte-parole du gouvernement, M Oumar Gueye. Dans un souci d'innover et pour mieux communiquer sur sa politique et sur ses activités de manière périodique, le gouvernement du Sénégal a décidé d'organiser tous les 15 jours une conférence de presse sous le label : « Gouvernement face à la presse ». L'initiateur de ce concept M Oumar Gueye d'expliquer sur les ondes de I-Radio : « Il va de soi qu'il est tout à fait naturel qu'un gouvernement puisse communiquer, informer. Et, le président Macky Sall tient beaucoup à cette communication gouvernementale. Énormément de choses ont été réalisées dans ce pays depuis son avènement à la magistrature suprême, depuis 2012. Et nous sommes à l'aise aujourd'hui pour communiquer avec les Sénégalais. C'est pourquoi, en accord avec le Président Macky Sall, nous avons initié ce format. C'est pour permettre à la presse, de manière très libre, de pouvoir interpréter le travail du gouvernement ».²²⁴ Concernant les modalités pratiques de ces rencontres, le porte-parole du gouvernement informe : « Vous vous rendez compte que la première fois que nous avons eu le Gouvernement face à la presse, nous avons eu huit (8) ministres, la dernière fois, il y en a eu deux (2) ou trois (3) ministres et le ministre porte-parole. Il n'est pas exclu que demain nous soyons trois (3) ou même que le porte-parole du gouvernement, seul, fait face à la presse »²²⁵. Avant d'enchaîner : « Nous lui avons donné un contenu. Et en fonction de l'actualité, des urgences, des points sur lesquels le gouvernement souhaite communiquer, nous allons mettre en place le dispositif

²²² Extrait de l'interview avec M Seydou Gueye, ministre conseiller, réalisée le 03/02/2023.

²²³ Extrait de l'interview avec M. Doudou Sarr Niang, DG du BIG, réalisée le 03/02/2023

²²⁴ <https://emediasn/GOUVERNEMENT-FACE-A-LA-PRESSE-LE-CONCEPT-VA-SE-PERENNISER.html>, consulté le 04/12/2021

²²⁵ Ibid.

nécessaire. »²²⁶ De ces déclarations nous pouvons déduire que seuls les ministres interpellés par l'actualité brûlante ou qui ont des communications importantes à faire et le ministre porte-parole participent à ces conférences de presse. Cette initiative gouvernementale a été saluée par la presse dans sa globalité et par l'opinion. Les journalistes dans leur diversité pouvaient interpellier les ministres présents sur toutes les questions relevant de leur département. Ce qui permet à la population sénégalaise d'être éduquée sur beaucoup de questions. Les députés qui venaient dans ces rencontres périodiques avec la presse un moyen pour le gouvernement de se détourner du palais de Soweto sont rassurés par le ministre porte-parole du gouvernement, qui les assure de la disponibilité des membres du gouvernement à chaque fois que besoin sera.

Mais la communication du gouvernement du Sénégal a été mise à rude épreuve avec la pandémie de la Covid 19. En effet, le 02 mars 2020, le Sénégal enregistre son premier cas de contamination au coronavirus, s'ensuivent alors de grands bouleversements sociaux, économiques et même politiques. Face à cette situation inattendue le gouvernement du Sénégal, à travers le ministère de la santé et de l'action sociale a mis en place une communication de crise pour parler de la maladie, des actions que l'Etat a entreprises pour contenir le virus, pour rassurer les populations et donner des conseils pour un changement des comportements. La communication gouvernementale face à la Covid 19 a connu des fortunes diverses. Les chercheurs sénégalais Mor Faye de l'Université Gaston Berger et Jean Sibadioumeg Diatta de l'Université Assane Seck de Ziguinchor ont passé aux cribles la communication de crise déployée par l'Etat à travers un article intitulé : *La communication du gouvernement sénégalais à l'épreuve de la covid-19*. Dans cette contribution les universitaires s'intéressent aux raisons profondes qui ont poussé les populations à quitter la posture d'écoute pour celle de rébellion. Car, si les sénégalais ont été réceptifs à la parole gouvernementale après la détection des premiers cas de Covid 19 dans leur pays, ils vont vite, du fait de certaines incohérences internes à la communication du gouvernement, exprimer, souvent de façon très violente, leurs désaccords face aux mesures prises par l'Etat. Une évaluation du dispositif communicationnel mis en œuvre par le gouvernement sénégalais en cette période de crise a permis à M. Faye et J. S. Diatta, de déceler ses forces et ses faiblesses.

Les points positifs de la communication de crise sont : la préparation, le point du jour, la mise en place du fonds Covid 19 et les contributions citoyennes, l'intensification de la communication et l'audience de consensus.²²⁷

²²⁶ Ibid.

²²⁷ <https://revue-akofena.org/wp-content/uploads/2020/10/20-T03-34-pp.-255-266.pdf>, consulté le 05/12/2021

La phase de préparation a joué un rôle déterminant dans la suite des événements. Avant même le dépistage du premier cas de Covid 19 dans le territoire, le gouvernement a pris une série d'initiatives pour se préparer à une éventuelle crise sanitaire : participation du Ministère de la Santé et de l'Action Sociale à la rencontre des ministres en charge de la santé de 16 pays de la CEDEAO à Bamako le 14 février 2020 pour une harmonisation des stratégies de lutte contre la Covid 19 ; rencontre de partage d'expériences et de renforcement de capacités entre experts sénégalais et chinois ; l'activation de la cellule d'alerte du MSAS et du Centre des Opérations d'Urgence Sanitaire, la redynamisation du Comité National de Gestion des Épidémies (CNGE) ; l'activation d'un numéro vert, 800 00 50 50 ; la tenue d'un conseil présidentiel sur le Coronavirus le 02 mars 2020, suivi d'une conférence de presse animée par le Président Macky Sall.

A l'apparition des premiers cas de Covid 19, le gouvernement a décidé d'instaurer le « *point du jour* ». Le choix du Ministère de la Santé et de l'Action Sociale du Sénégal de faire quotidiennement le point par rapport à l'évolution de la pandémie est une démarche pertinente, aux yeux des personnes interviewées au cours de la présente recherche. (M. Faye et J.S. Diatta).

Pour venir en aide aux ménages et aux secteurs d'activités durement touchés par la pandémie, l'Etat a décidé de la mise en place du Fonds Covid 19 doté de 1000 milliards, alimentés par les partenaires du Sénégal, des entreprises et des bonnes volontés.

En plus de ces initiatives à caractère social, le gouvernement a intensifié la sensibilisation sur les gestes barrières en mettant à contribution les médias publics et privés, les réseaux sociaux, les ONG, les collectivités territoriales, les artistes, et toutes les personnes ressources.

Face à un ennemi commun, le Chef de l'Etat a pu réunir autour de sa personne toute la classe politique, les chefs religieux et coutumiers, la société civile, bref toutes les forces vives de la nation sénégalaise.

Ces initiatives ont eu beaucoup de succès au sein de l'opinion avant qu'un certain nombre d'incohérences et de paradoxes viennent entamer la confiance des sénégalais à l'égard de leur gouvernement.

D'après Mor Faye et J. S. Diatta, les efforts de communication ont été progressivement minés par trop d'incohérences internes ayant entraîné un relâchement de la population.

Les premières vagues de protestation et de violence viennent du traitement de la question religieuse par l'Etat dans la lutte contre la Covid 19. En effet, beaucoup de sénégalais, toutes confréries confondues, n'ont pas apprécié la décision des pouvoirs publics de fermer les

mosquées et de laisser les banques, marchés et administrations publiques ouvrir, alors qu'ils reçoivent plus de monde que les lieux de culte.

A ces paradoxes, viennent s'ajouter de supposés scandales dans la gestion par le gouvernement des fonds de la force Covid 19. Certains parleront de « *corona business* ». Ces rumeurs de malversation entretenues pendant des semaines ont détourné les sénégalais du message principal véhiculé par le service de communication du Ministère de la Santé et de l'Action Sociale.

L'autre incongruité notée dans la communication gouvernementale réside dans l'« absence de pédagogie par l'exemple » (M. Faye et J. S. Diatta). Le contrat de confiance entre l'opinion et les pouvoirs politiques commence à s'effriter quand ces derniers ont foulé aux pieds les mesures générales qu'ils ont édictées. Les populations ne pouvaient pas comprendre que l'Etat leur demande d'éviter tout rassemblement, mariage, baptême, prières collectives et qu'au même moment les autorités politiques se pavanent allégrement dans des manifestations politiques drainant beaucoup de monde.

D'autres facteurs liés au prolongement (injustifié) des couvre-feux accentuant le mal vivre et la paupérisation des populations ont fini de déclencher des révoltes populaires qui ont poussé le gouvernement à desserrer l'étau et à revoir sa communication en ces périodes de crise sanitaire.

Après ces quelques errements notés du côté des pouvoirs politiques, la communication gouvernementale a repris du poil de la bête avec l'arrivée des premières doses de vaccin sur le territoire sénégalais. La réception des 200.000 doses acquises auprès de la Chine a été faite par le Président Macky Sall, accompagné de son épouse et de quelques officiels sénégalais et chinois devant les caméras de la RTS. Ce fut le point de départ d'une communication gouvernementale persuasive dont l'objectif est naturellement d'inciter les sénégalais à aller massivement se faire vacciner. Cette fois-ci, le gouvernement a décidé de prêcher par l'exemple. Le ministre de la Santé, Abdoulaye Diouf Sarr a été le premier à se faire vacciner. Quelques jours plus tard, le jeudi 25 février, c'est au tour du Président de la République, des Présidents d'institutions et de l'ensemble du gouvernement de recevoir leur première dose de vaccin au palais présidentiel devant les caméras de la télévision publique. Une campagne de sensibilisation mettant en scène des religieux catholiques et musulmans est lancée sur l'ensemble du territoire pour encourager les personnes à se faire vacciner. Le Ministre de la Santé dit vouloir atteindre une couverture vaccinale de l'ordre de 80% avant 2022, pour pouvoir disposer d'une immunité collective. Un taux qui ne sera pas atteint compte tenu du nombre très faible de personnes ayant reçu au moins une première dose. Sur une population

avoisinant les 17 000.000 d'habitants, moins de 1.500.000 personnes ont reçu une première dose au mois de décembre 2021. Les sénégalais rechignent à se faire injecter le vaccin malgré les explications et assurances données par les experts nationaux et internationaux. Si la campagne nationale de vaccination tarde à prendre son envol, c'est que les sénégalais et les africains plus généralement n'ont aucunement confiance à ce sérum produit dans un délai record. Les théories du complot, les unes plus folles que les autres ont rendu les populations africaines encore plus méfiantes à l'égard du vaccin. Au Sénégal, les réseaux sociaux ont été un terreau fertile à toutes sortes de diatribes contre les vaccins. On peut lire sur les différentes plateformes de communication digitale des messages du genre : « le vaccin à l'ARN messenger modifie l'ADN », « des personnes sont mortes à cause du vaccin », « ce n'est pas normal qu'un vaccin arrive aussi vite », « le vaccin rend stérile », « le vaccin nous implante une puce », « le vaccin génère une réaction magnétique post injection ». La communication gouvernementale pour une vaccination de masse doit faire face à de fortes résistances de la part d'un front anti-vaccination sur Facebook et Twitter. Cette défiance est inquiétante eu égard au nombre important de sénégalais inscrits sur les plateformes digitales. Selon une étude réalisée par « We are social »²²⁸ en collaboration avec « Hootsuite »²²⁹ Sur une population de 16.52 millions, le Sénégal compte 7.6 millions d'internautes, soit un taux de pénétration de 46%. Entre janvier 2019 et janvier 2020, 250.000 personnes ont accès à internet, soit une augmentation de 2.8%, estime toujours la même étude. Ces statistiques témoignent de la forte présence des sénégalais sur les réseaux, ce qui en fait des victimes potentielles de fausses informations sur la Covid 19 et sur les vaccins. En effet, le nombre de victimes a atteint des proportions telles que la communication gouvernementale en fut sérieusement plombée. Le journaliste de Sud Quotidien Jean Michelle Diatta, dans un article publié le 5 août 2021, qualifiait cette situation de « sale temps pour la com' gouvernementale ». Pour contrer les fakes news ou « infox » sur la Covid 19, distillés sur les réseaux sociaux, le ministre de la santé avait lancé le concept de « Docteur Covid » qui est un système automatisé sur WhatsApp pour répondre aux questions des sénégalais et surtout pour lutter contre la désinformation. Mieux, Abdoulaye D Sarr, qualifiant ses diffuseurs d'« infox » d'ennemis de la République avait menacé de saisir le procureur de la République. C'est ainsi que trois personnages publics, à savoir : Abdoulaye Mbaye Pékh, la voyante Selbé Ndom et le

²²⁸ We Are Social est une agence conseil en communication née de l'ère du web social en 2010.

²²⁹ Hootsuite est un outil de gestion de réseaux sociaux créé par Ryan Holmes en 2008. Il prend la forme d'un tableau de bord et intègre les flux de différents réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Foursquare, Mixi, MySpace, Ping et Wordpress (Wikipédia)

chanteur Mame Ngor Diazaka qui avaient nié l'existence du corona virus avaient été entendus par la justice avant qu'ils ne se ravisent.

De manière générale, la communication gouvernementale au Sénégal suscite moult interrogations. Beaucoup d'observateurs et certains membres de la majorité s'accordent à dire que le Président n'est pas bien défendu par ses ministres et secrétaires d'Etat. Et les faits semblent leur donner raison. Lors des événements tragiques de mars 2021 et suite à l'arrestation de l'opposant Ousmane Sonko, dans une affaire privée, aucun membre du gouvernement n'a publiquement pris la défense du Président, accusé par l'opposition d'être l'instigateur de cette tentative de mise à mort du leader du parti Pastef. La seule prise de parole publique d'un membre du gouvernement en l'occurrence le ministre de l'intérieur n'a fait que jeter de l'huile sur le feu. Il aura fallu que le Président lui-même parle à ses compatriotes, particulièrement aux jeunes en leur disant « *je vous ai compris* » pour que la tension sociale retombe. Et Macky Sall lui-même s'est à maintes reprises plaint des carences communicationnelles de ses collaborateurs. Dans l'affaire du trafic des passeports diplomatiques où deux députés de la majorité sont incriminés, la ministre des affaires étrangères, directement concernée par ce scandale s'est terrée dans un silence incompréhensible alors qu'au même moment l'opposition et une partie de la société civile tiraient à boulets rouges sur le Président. Quand finalement elle est interpellée par les journalistes sur cette affaire qui a fini de ternir l'image du pouvoir, elle argua vouloir respecter les principes de la séparation des pouvoirs et du secret de l'instruction. Argumentaire qui a provoqué une vive réaction de la part de Yakham Mbaye, Directeur Générale du quotidien national Le Soleil et ancien porte-parole de la présidence : « *Évoquer la séparation des pouvoirs, ce sont des niaiseries, des balivernes. Un gouvernement a une charge politique. Les députés sont des ayants droit. Parce que la loi organique de l'assemblée nationale a été modifiée pour ce faire. Donc le Président de la République n'y a rien à voir. Cela relève du ministère des affaires étrangères. Quand un problème se pose, c'est politique, il faut monter au créneau et défendre celui qu'on doit défendre et s'expliquer. Mais ce mutisme est intolérable et c'est injustifiable. Absolument rien ne le justifie.* »²³⁰

Pour mieux comprendre l'impasse dans laquelle se trouve la communication gouvernementale, le journaliste Fallou Faye, dans son article intitulé *La défense de Macky et le réveil des vieux démons de la Com'*, publié dans le quotidien *L'Observateur* a recueilli les avis des universitaires Jean Charles Biagui et Moussa Diaw, respectivement de l'Université

²³⁰ L'Observateur n° 5412 du Mercredi 13 octobre 2021, p 4

Cheikh Anta Diop et de l'Université Gaston Berger. Posant un diagnostic sans complaisance de la communication gouvernementale, l'enseignant-chercheur en science politique à l'UCAD, J. C. Biagui estime que *« Pour qu'il y ait une communication gouvernementale cohérente, il faut au préalable qu'il y ait un projet politique qui réunit la plupart des acteurs. Aujourd'hui, les alliés de la mouvance présidentielle ne partagent pas fondamentalement un projet politique. Et pour que tout le monde tire dans le même sens il faut qu'il y ait un projet commun qui fédère. Mais malheureusement dans le système politique sénégalais la plupart des acteurs sont motivés par leurs ambitions personnelles. De ce point de vue, l'Etat, l'attelage gouvernemental est considéré comme une vache à lait au profit d'une classe compradore. Ce qui fait que les acteurs politiques, au lieu de communiquer autour d'un projet politique qui les fédère, au contraire, ils communiquent par rapport à des ambitions crypto-personnelles. C'est un point qui pose la difficile question de la communication gouvernementale. Et cela empêche au niveau du gouvernement d'avoir une politique de communication gouvernementale adéquate. Cependant, là où le bât blesse, c'est que nous sommes dans un environnement où la communication qui est proposée est non seulement inadéquate, mais elle est archaïque et anachronique. Il ne faut plus chercher à fédérer ou à avoir l'adhésion des électeurs, mais il faut aussi chercher l'adhésion du citoyen. Parce que la communication c'est chercher l'adhésion. Mais malheureusement, nos politiques insistent davantage sur l'adhésion des électeurs, c'est-à-dire un type de communication gouvernementale qu'on appelle la communication électorale. »*²³¹ Le constat est sans appel, la communication du gouvernement sénégalais souffre d'un manque de cohérence, d'une cacophonie, et d'une absence totale d'un projet politique commun. Pouvait-il en être autrement ? Un gouvernement où se retrouvent des sociaux-libéraux (APR), des libéraux (PLD), des socialistes (PS), des marxistes (PIT et LD) et des technocrates.

Reprenant les mêmes critiques (absence de projet politique commun et manque d'adhésion du citoyen à la politique sociale et économique du gouvernement) formulées par son collègue J.C. Biagui, le Pr Moussa Diaw pense en outre, que la Com' gouvernementale souffre d'un manque flagrant d'autorité. Expliquant les errements notés dans la communication du pouvoir dans l'affaire des passeports diplomatiques, l'enseignant chercheur en science politique confie au journaliste F. Faye : *« Comme il n'y pas de communication idoine en la matière, ça part dans tous les sens, car il y a une animosité entre les responsables qui ne viennent pas de la même formation politique. Les rivalités, les attaques personnelles, les uns contre les autres ne*

²³¹ Ibidem

*vont pas dans le bon sens de la politique du chef de l'Etat. Mais il y a un problème d'autorité dans la communication du gouvernement. »*²³²

Ces dysfonctionnements notés dans la communication du gouvernement sénégalais pourraient trouver une explication dans l'absence d'un Premier Ministre qui serait chargé de coordonner l'activité du gouvernement ainsi que sa communication. Ce dernier sert de fusible pour le Président et de chef d'orchestre de la Com' du gouvernement. La nomination prochaine d'un Premier Ministre annoncée par le chef de l'Etat, lors du conseil des ministres du 24 novembre 2021 nous édifiera sur les changements qui pourraient intervenir dans le domaine de la communication gouvernementale.

Si la communication politique s'avère un formidable levier de gestion et de consolidation du pouvoir politique, elle est aussi le lieu de la participation et de l'expression politique au Sénégal.

²³² Ibidem.

CHAPITRE III : LA PARTICIPATION ET L'EXPRESSION POLITIQUE AU SENEGAL.

La participation politique peut être définie avec Weiner comme une « *Action volontaire, réussie ou non, organisée ou non, épisodique ou continue, employant des moyens légitimes ou illégitimes, visant à influencer le choix des politiques, l'administration des affaires publiques ou le choix des leaders politiques à tout niveau du gouvernement local ou national* » (Weiner, 1971).²³³ On distingue de prime abord deux types de participation politique : conventionnelle et non conventionnelle.

La participation politique conventionnelle désigne l'ensemble des activités politiques légales, autorisées ou en conformité avec la loi. Elle peut commencer avec l'adhésion à un parti politique en passant par la participation à une campagne électorale, au vote, ou une manifestation autorisée. A contrario, la participation politique non conventionnelle ou protestataire se caractérise par des actions illégales, non autorisées souvent violentes et qui mettent en cause la légitimité du système. Cette forme de participation se matérialise par des comportements très variés : participation à une manifestation non autorisée, organisation et signature de pétition, blocage de la circulation et barricades par divers moyens (pneus brûlés, gravas, véhicules incendiés, etc.) graffitis protestataires, port de brassards rouges, etc. On note que *protester, contester, revendiquer, pétitionner* sont autant de verbes performatifs.²³⁴

Le parti politique apparaît comme le cadre de prédilection de la participation politique, en ce sens qu'il prend en charge les préoccupations et aspirations sociales ou politiques de ses militants et d'une bonne frange de la population. Selon J. Gerstlé un parti se présente comme une structure de communication et une communauté symbolique tendus vers des buts ou profits. Il précise cependant que, quand les canaux institutionnels et partisans dédiés à l'expression politique n'accomplissent plus correctement leur travail ou sont perçus comme défaillants, les citoyens se tournent vers des moyens conventionnels sans coloration politique ou non conventionnels pour faire entendre leur voix.

Section I : La Société civile sénégalaise.

Avant de procéder à une radioscopie de la société civile sénégalaise, il nous paraît important de nous arrêter sur le concept. Terme très en vogue, la société civile n'en est pas moins un concept polysémique. Elle est souvent définie par opposition à l'Etat (sphère politique), aux lobbies affairistes (sphère économique) et à la famille (sphère privée).

²³³ Chagnollaude, Dominique, Introduction à la science politique, Ed. 8, Dalloz, 2018

²³⁴ Jacques Gerstlé, op.cit. p 116

L'idée d'une société civile conçue comme une sphère d'action à différencier de l'Etat est née pendant le siècle des Lumières (aux 17 et 18èmes siècles). Elle acquiert son caractère moderne, grâce à des auteurs tels que John Locke ou Charles de Montesquieu (Nina Cvetek et Friedel Daiber).

Pour John Locke²³⁵, si l'Etat failli à son devoir d'assurer aux citoyens l'égalité devant le droit, la liberté, l'intégrité et la propriété, ces derniers ont le droit au titre de société citoyenne de se rebeller.

Charles de Montesquieu²³⁶ attribue à la société citoyenne moins le rôle de contrôleur de l'Etat que celui d'intermédiaire entre celui-ci et les citoyens.

La dimension politique de la société civile est mise en évidence par Alexis de Tocqueville²³⁷, qui la considère comme « École de la Démocratie et de la Liberté ». Elle serait une instance politique publique qui observe et critique les agissements de l'Etat.

Au regard de ce qui précède, le concept de société civile peut être appréhendé à partir de deux postulats :

Dans le premier, la société civile est un domaine indépendant de l'État, du marché et de la famille. *« Ce domaine est considéré comme un espace public composé, de nos jours, par un grand nombre de groupements plus ou moins indépendants de l'État, plus ou moins bien organisés, dotés de différentes formes d'organisation telles que les groupes d'initiative, les clubs ou les associations. »*²³⁸

Dans le second, la société civile fait référence à une instance de démocratisation chargée de promouvoir les droits et libertés politiques.

De façon générale, La société civile désigne l'ensemble des associations non gouvernementales qui agissent comme groupe de pression pour défendre les intérêts des individus et des collectifs qu'elle représente. À travers ses représentants, l'activité de ses associations, ses syndicats, ses groupes de consommateurs, elle fournit les acteurs et les contre-pouvoirs indépendants de l'État et du marché qui sont essentiels au bon fonctionnement d'une démocratie. Ils peuvent, par exemple, peser sur le respect des droits de l'Homme, la transformation des rapports sociaux, les choix d'aménagement du territoire et sur l'ensemble

²³⁵ John Locke (1805-1859) était un philosophe anglais influent. Sa philosophie politique eut un impact important sur la Déclaration d'Indépendance des Etats Unis, la Constitution des Etats-Unis, la Constitution de la Révolution française et influença ainsi de manière significative la plupart des constitutions des Etats libéraux.

²³⁶ Charles de Secondat, Baron de Montesquieu (1689-1755) est un écrivain et théoricien de l'Etat français.

²³⁷ Charles Alexis de Tocqueville (1805-1859) était un publiciste, un politicien et un historien français. Il est considéré comme le fondateur des sciences politiques comparées.

²³⁸ Nina Cvetek et Friedel Daiber, Qu'est-ce que la société civile ? octobre 2009

des questions environnementales.²³⁹ Cette définition assez complète laisse en même temps entrevoir quelques fonctions de la société civile. En effet, compte tenu du rôle extrêmement important qu'elle joue dans les sociétés démocratiques la société civile remplit au moins sept fonctions, à savoir :

La fonction de protection : les organisations de la société civile ont le devoir de garantir la liberté des citoyens et de les protéger de l'arbitraire de l'Etat.

La fonction de contrôle : Il s'agit ici du contrôle exercé par la société civile sur les pouvoirs politiques dans l'observance des règles démocratiques.

La fonction de participation : elle vise à encourager la participation des citoyens au processus politiques.

La fonction de règlement ou de gestion des conflits sociaux : grâce à la diversité des entités qui la composent, la société civile constitue un levier important pouvant établir des ponts entre des positions divergentes et même conflictuelles.

La fonction d'allègement de l'Etat : beaucoup d'organisations de la société civile s'activent dans la lutte contre la pauvreté, dans l'humanitaire. Elles viennent à ce titre alléger la charge de l'Etat en mettant en œuvre des programmes de développement au profit des couches défavorisées.

La fonction d'articulation : la société civile peut constituer une plate-forme de prise en charge des intérêts des populations en dehors des partis politiques et du parlement. Les initiatives de citoyens qui se forment pour dénoncer par exemple l'implantation d'un centre d'enfouissement de déchets toxiques pouvant nuire à la santé des populations riveraines constituent un cas de la fonction d'articulation de la société civile.

La fonction de démocratisation : elle tient au travail qu'effectuent les organisations de la société civile dans l'information et la sensibilisation de l'opinion sur des questions précises en vue de renforcer le processus démocratique. Le travail d'incitation à l'inscription massive sur les listes électorales et l'accompagnement pour un retrait massif des cartes d'électeurs constituent des activités illustratives de la fonction de démocratisation. A ce titre le travail mené par le mouvement *Y'en a marre* à partir de 2011 constitue un exemple fort éloquent.

Le Sénégal, vitrine démocratique de l'Afrique connaît une longue tradition de multipartisme. Celle-ci enclenchée depuis 1974 par le Président Senghor a été perpétuée et amplifiée par ses successeurs. Le Sénégal est un pays pacifique, politiquement et socialement stable en dépit de quelques soubresauts qui ont marqué son histoire. La culture du dialogue et le sentiment très

²³⁹geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/societe-civile-1, consulté le 10/02/2022

fort d'appartenir à la nation sénégalaise ont cimenté les liens sociaux malgré la grande diversité ethnique et religieuse de ce petit pays d'Afrique occidentale. En outre, la garantie constitutionnelle du respect de toutes les croyances, l'attachement de la société sénégalaise au respect des libertés fondamentales et des droits du citoyen ont fait de ce pays un terreau fertile au développement et à l'épanouissement des organisations de la société civile. En effet, la société civile sénégalaise a pu se développer très tôt de manière libre et ainsi acquérir progressivement une position forte vis-à-vis des pouvoirs publics et des partenaires au développement. L'apparition des premières organisations pouvant se réclamer de la société civile date du temps de la colonisation, comme le souligne d'ailleurs Alexei Jones « *L'émergence de la société civile au Sénégal remonte à l'époque coloniale avec le développement des mouvements nationalistes, des confréries religieuses et des premiers syndicats. Pendant les premières années, la société civile sénégalaise a adopté une attitude plutôt passive aux côtés des syndicats reconnus et contrôlés par l'Etat. Puis, avec la grande sécheresse qui a frappé le Sénégal en 1973-1974, l'on a assisté à l'apparition de nombreuses associations et structures d'entraide créées pour venir en aide aux populations, notamment dans les zones rurales. A partir de cette date, des dynamiques populaires autonomes se sont progressivement développées dans le but de prendre en charge le développement et la satisfaction des besoins essentiels en complément des actions de l'Etat* ». ²⁴⁰

A partir des années 1990, une nouvelle génération d'organisations de la société civile militant pour la promotion des droits civils, politiques et économiques a fait son apparition. Ces organismes de défense des droits de l'Homme se sont particulièrement bien implantés grâce aux soutiens financiers des pays développés, très attachés au respect des libertés publiques et individuelles. Parmi eux nous pouvons citer : la Rencontre Africaine pour la Défense des Droits de l'Homme (RADDHO) (1990) et la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme (FIDH), section Sénégal (1997).

A la fin de la décennie 90 et à partir du début des années 2000 des mouvements sociaux portés par les jeunes sont venus renforcer la société civile sénégalaise. Nous pouvons citer le mouvement *Bul Faalé*, inspiré par des rappeurs et des lutteurs et qui a joué un rôle prépondérant dans l'avènement de la première alternance. Il y a aussi le mouvement *Y'en a marre*, qui a été le fer de lance de la contestation des dérives du pouvoir de Wade. Ce mouvement social créé à la suite des coupures intempestives d'électricité par de jeunes

²⁴⁰ Jones Alexei, Société Civile et Participation au Développement - Le Cas du Sénégal, L'Harmattan p 366

journalistes et rappers de la banlieue est selon le sociologue Malick Ndiaye « un interprète du mécontentement social au Sénégal ».

La société civile sénégalaise est réputée pour son dynamisme, elle est présente dans tous les secteurs.

Sur le plan politique, des organisations et mouvements sociaux militent pour la promotion des libertés politiques, le renforcement de la démocratie et le raffermissement du processus électoral. En effet, pendant longtemps, la société civile a été assimilée à la défense des droits humains, à l'émancipation des femmes ou à leur accès au développement. Mais onze ans après l'élection du Président Abdoulaye Wade, la société civile s'est engagée sur une autre voie : celle de la sauvegarde des acquis démocratiques face aux dérives monarchiques et népotiques du clan Wade. Elle va activement prendre part à la vie politique en proposant, dès 2005 la tenue des assises nationales. En 2011, des organisations de la société civile ont vigoureusement dénoncé la troisième candidature de Me Wade au niveau national et international. En juin de la même année, elles ont appelé à une manifestation monstre devant les grilles de l'assemblée nationale pour empêcher un énième tripatouillage de la constitution. Malgré leur implication sur la scène politique, les membres de la société civile tiennent à se démarquer de l'opposition politique et se défendent d'avoir une quelconque visée sur le pouvoir. Alioune Tine, qui était le représentant de la RADDHO dira à cet effet : « *Notre vocation n'est pas de conquérir le pouvoir, mais de veiller au respect de la Constitution dans le but de préserver la paix* » et Mouhamadou Mbodj du Forum Civil de renchérir « *Ce qui nous intéresse, c'est la vie de la nation et des populations. Nous sommes là pour elles, pas pour prendre la présidence de la République* ». Malgré leurs dénégations et professions de foi, le pouvoir de Wade les considère comme des politiciens encagoulés. La vedette parmi ces OSC durant cette période pré-électorale est sans conteste le mouvement *Y'en a marre* eu égard aux vastes campagnes qu'il a organisées pour inciter les sénégalais à aller s'inscrire massivement sur les listes électorales. L'implication des OSC dans le processus politique sénégalais montrent qu'elles ont un rôle extrêmement important à jouer dans le processus de démocratisation et de développement. Abraham Lincoln, ancien président des Etats-Unis, décrit en 1863 l'essence même de la démocratie par ces quelques mots : « the governance of the people, by the people and for the people »²⁴¹. La participation « directe » des citoyens dans l'élaboration des politiques publiques devient la marque des démocraties.

²⁴¹ « Le gouvernement du peuple, par le peuple, et pour le peuple ».

La défense des travailleurs et des consommateurs est prise en charge par une kyrielle de syndicats et d'organisations consuméristes. Des ONG, pour la plupart étrangères, s'activent dans la lutte contre la pauvreté en intervenant auprès des couches les plus défavorisées, elles remplissent ainsi la fonction d'allègement de l'Etat. La promotion et la défense des droits de l'Homme figurent parmi les points les plus importants de la cause des OSC.

En dépit d'un dynamisme sans équivoque, les OSC sénégalaises ont connu un léger déclin en 2020 comme l'atteste *le rapport 2020 Sénégal- Indice de durabilité des organisations de la société civile*. Ce document a procédé à une radioscopie de la société civile sénégalaise en 7 points, à savoir : le contexte juridique, la capacité organisationnelle, la viabilité financière, le plaidoyer, la prestation de services, l'infrastructure sectorielle, et l'image publique.

D'après ce document publié sur le site internet de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques (<http://www.plateforme-ane.sn/>) le contexte juridique a connu une détérioration liée à la pandémie de la Covid 19 et aux harcèlements récurrents dont les leaders et militants des OSC ont été l'objet. On peut y lire « *Le processus d'enregistrement et de demande du statut d'ONG est généralement bureaucratique et lent, car la commission consultative interministérielle qui approuve les demandes se réunit rarement. En 2020, le processus d'approbation a été exceptionnellement long en raison de la pandémie. (...) L'espace de la société civile s'est rapidement réduit en 2020, les dirigeants d'OSC, les lanceurs d'alerte et les défenseurs des droits humains étant de plus en plus menacés et poursuivis en justice.* »²⁴² La capacité organisationnelle des OSC a été réduite en 2020. « *La pandémie a obligé les OSC à changer rapidement de cap pour répondre à de nouveaux besoins tout en faisant face aux restrictions de voyage et aux risques sanitaires. (...) ...de nombreuses OSC, notamment des organisations internationales, ont dû interrompre brutalement leurs activités, laissant les communautés sans services essentiels dans des domaines tels que la santé, l'éducation, l'eau, l'assainissement et les droits de l'homme.* »²⁴³ La viabilité financière s'est quelque peu détériorée en 2020 parce que la majorité des financements proviennent des bailleurs de fonds, occupés à financer des projets de lutte contre la pandémie. « *Bien qu'il soit difficile d'obtenir des données précises sur les baisses de financement en raison de la pandémie, la plupart des OSC ont estimé que les niveaux de financement étaient instables et imprévisibles en 2020. Certains bailleurs ont suspendu leurs programmes de financement au moment du départ des équipes de terrain de personnel étranger des OSC internationales, tandis que d'autres ont réorienté les fonds de leurs programmes habituels vers la réponse à la pandémie. (...) Les*

²⁴² http://www.plateforme-ane.sn/IMG/pdf/senegal_fr_rapport_final_.pdf, consulté le 12/02/2022.

²⁴³ Ibidem.

OSC sénégalaises se font souvent concurrence plutôt que de collaborer pour répondre aux appels à propositions. De nombreuses OSC locales sont dépendantes d'un seul bailleur de fonds. »²⁴⁴ Le plaidoyer des OSC n'a pas changé en 2020. Elles ont intégré plusieurs institutions et organes de l'Etat, ce qui leur a permis de participer à l'élaboration de politiques publiques. Comme le souligne le rapport « *Le CONGAD, la PFAAnE, le Forum civil, la Fédération des associations de femmes sénégalaises (FAFS), le Conseil National de Coordination et de Concertation des Ruraux (CNCR), la Fédération sénégalaise des associations de personnes handicapées et le Réseau national des femmes rurales au Sénégal (RNFRS) ont siégé au Conseil économique, social et environnemental, ce qui leur a permis de contribuer à l'élaboration des politiques publiques. L'organisation Handicap Forum Educ, la Ligue sénégalaise des droits humains (LSDH) et le Conseil Sénégalais des Femmes (COSEF) ont été nommés au comité de surveillance de la Force COVID-19 et ont participé au suivi de la mise en œuvre du Plan de relance économique et sociale.* »²⁴⁵ La prestation de service n'a pas varié en 2020, malgré la pandémie et les réorientations budgétaires, les OSC ont continué à offrir aide et assistance dans les domaines de la santé, de l'éducation, de l'alphabétisation, de l'employabilité, etc. L'infrastructure de soutien s'est légèrement détériorée en 2020 en raison de la faiblesse du soutien offert par les centres de ressources et les autres sources de soutien. Par exemple, WEIGO²⁴⁶ a annulé 90 % des activités prévues et près de 60 % de son soutien financier aux OSC dans le cadre de son programme Dakar Focal City, qui fournit un appui technique et financier aux organisations travaillant dans la récupération des ordures, les ateliers artisanaux et le secteur informel. Enfin, l'image publique des OSC sénégalaises n'a pas connu de rides en 2020. Les activités ont été globalement bien couvertes par les médias et les populations ont gardé une bonne image des OSC et ne manquent, à chaque fois que l'occasion se présente, de formuler des remerciements et prières pour elles.

Malgré leur dynamisme et les résultats probants enregistrés dans beaucoup de secteurs, les OSC sont souvent confrontés à un certain nombre de problèmes :

Il y a d'abord des problèmes d'ordre financier. Les OSC dépendent pour l'essentiel des bailleurs de fonds étrangers. Cette dépendance impacte sérieusement sur leur capacité de projection et sur leur efficacité. Comment des pauvres peuvent-ils aider des pauvres ?

²⁴⁴ Ibidem.

²⁴⁵ Ibidem.

²⁴⁶ WEIGO est un réseau mondial consacré à promouvoir l'autonomisation des travailleuse·eur·s démunie·e·s - en particulier des femmes - dans l'économie informelle.

Ensuite, nous avons constaté des problèmes d'ordre sociétal. Très souvent, les valeurs que promeuvent et défendent les OSC sont contraires aux mœurs d'une société encore très patriarcale et à 99.9% croyante. Par exemple les questions liées à l'égalité homme-femme, la dépénalisation de l'homosexualité constituent des blocages à l'intégration parfaite de certaines OSC dans le tissu social sénégalais. Certaines d'entre elles sont suspectées de financer et de protéger les homosexuels.

Enfin, les OSC locales, du fait de leur manque de moyens, sont très vulnérables à la corruption. Tout dernièrement, le mouvement *Y'en a marre* était cité dans une rocambolesque affaire de trafic de passeport et de visa à travers deux de ses plus éminents responsables, à savoir : Kilifeu et Simon. Cet épisode a sérieusement terni l'image de ce mouvement qui est resté aphone depuis ces ennuis judiciaires. La société civile est néanmoins restée un acteur incontournable dans les domaines politique, économique et social.

A côté des OSC, des mouvements sociaux spontanés, moins organisés et sans lendemain apparaissent à partir des années 2000, de plus en plus, pour porter les revendications de certaines couches de la population.

Section II : Émergence et dynamisme des mouvements sociaux à partir de l'an 2000.

« *La « démocratisation » du Sénégal a permis l'émergence de mouvements sociaux, le plus souvent sporadiques et sans lendemain, parfois autonomes et mobilisés sur des enjeux fondamentaux.* »²⁴⁷ Dans une contribution intitulée *Sénégal : les mouvements sociaux sous l'alternance*, le professeur Alioune Badara Diop analyse l'émergence des mouvements sociaux à partir de l'année 2000. En effet, dès son accession à la magistrature suprême, le Président Abdoulaye Wade avait pris la décision d'inscrire le droit de manifester dans la constitution. Désormais, pour manifester il suffit d'informer l'autorité compétente 48h avant qui se chargera de prendre les dispositions nécessaires pour encadrer et sécuriser la manifestation. Cette décision du Président Wade est considérée comme une grande avancée démocratique dans la mesure où elle est censée freiner la répression policière et stimuler l'expression et la participation politique. Pour le professeur Diop, en plus de la constitutionnalisation du droit de manifester, la floraison des médias privés constitue également un puissant vecteur d'émergence des mouvements sociaux. Si à l'ère du monolithisme médiatique les mouvements d'humeur et autres voix discordantes étaient

²⁴⁷Alioune Badara Diop, *Sénégal : les mouvements sociaux sous l'alternance*, Alternatives sud, Vol. 17-2010 / 139

royalement ignorés par les médias gouvernementaux, le pluralisme médiatique offre aux mouvements sociaux la tribune tant attendue pour s'exprimer, se faire entendre et mettre la pression sur le pouvoir. Ce qui permet au Pr Diop d'avancer l'hypothèse suivante : « *la possibilité offerte à l'expression dissidente peut potentiellement entraîner l'émergence de mouvements sociaux organisés, lesquels distillent de nouveaux enjeux sensibles, jusque-là délibérément occultés par les médias officiels.* »²⁴⁸ Ces mouvements sociaux se considèrent comme la voix des sans voix, comme une émanation du peuple, l'ultime dépositaire du pouvoir souverain. Dans son étude, le professeur agrégé de science politique de l'UCAD a distingué deux types de mouvements sociaux : ceux que l'on peut qualifier de sporadiques et sans lendemain et ceux qui sont organisés avec un répertoire d'action et une stratégie d'accès aux « arènes institutionnelles ».

« Bayilene Gorgui mou liguey (laissez le vieux travailler), expression très répandue durant le premier mandat de Wade avait laissé la place à « Wade dégage » durant son deuxième mandat qui a commencé en 2007. A. B. Diop rend compte de cette période de surchauffe du climat sociale en ces termes : « *Le deuxième mandat de Wade coïncide avec un réchauffement du front social : mobilisation des imams de Guédiawaye, grève des internes des hôpitaux, manifestation des pêcheurs de Soumbédioune, manifestations de sinistrés de banlieues inondées, bras de fer entre techniciens du transport aérien et ministre de tutelle, mobilisation des populations de Sébikhotane et de Mont Rolland contre l'enfouissement de déchets toxiques* »²⁴⁹. Parmi les mouvements protestataires et sporadiques qui ont secoué le quinquennat de Wade on peut citer : la révolte des étudiants de Kédougou, la jacquerie des marchands ambulants du marché Sandaga, la marche de protestation des femmes du front Siggil Sénégal, la mobilisation violente contre la loi instaurant le ticket présidentiel et l'élection du Président avec 25% des suffrages exprimés et enfin les émeutes de l'électricité. Le 21 novembre 2007, les marchands ambulants du plus grand marché de Dakar, Sandaga, avaient violemment protesté contre la décision du pouvoir de les faire déguerpir. Ils avaient littéralement mis la capitale sens dessus dessous. Face à la détermination des jeunes marchands, le pouvoir a pris la décision de les recaser dans d'autres sites pour faire revenir le calme. La jacquerie des marchands ambulants traduit en réalité un mal vivre profond des jeunes sénégalais surtout ceux issus de la banlieue, confrontés à un chômage endémique et à une pauvreté extrême. La décision de les déguerpir n'était en fait que l'étincelle qui a mis le feu aux poudres.

²⁴⁸ Ibidem

²⁴⁹ Ibidem

Le 9 juillet 2008, c'est au tour des femmes du front siggil Sénégal de battre le macadam pour protester contre les dérives du pouvoir libéral, la cherté de la vie, les coupures d'électricité, d'eau, etc. La participation des ténors de l'opposition à ce genre de mouvement social sporadique a pour seul effet, selon le professeur Diop « *la théâtralisation du rapport de force pouvoir/ opposition* ». ²⁵⁰

Le 24 décembre 2008 les étudiants de Kédougou prennent le relais des manifestations de colère, devenues récurrentes en ce début de deuxième mandat du Président Wade. Après les imams de Guédiawaye qui ont dirigé une marche contre la hausse des factures d'électricité et les populations de Fatick qui avaient battu le macadam pour réclamer l'ouverture de leur hôpital régional, c'est au tour de Kédougou d'entrer dans la danse. Les populations de cette région ont créé une situation anarchique dans la capitale régionale en incendiant les symboles du pouvoir, à savoir : la gouvernance, la préfecture, la mairie, le tribunal régional. Plusieurs établissements scolaires ont aussi été saccagés. Les affrontements avec les forces de l'ordre appuyées par l'armée ont causé la mort d'un jeune de 25ans. Les jeunes kédougouens dénoncent la vente des terres à de tierces personnes qui ne sont pas originaires de la région, la répartition des fonds sociaux miniers qui enrichissent une poignée de personnes au détriment des populations locales, le manque de considération de Kédougou de la part de l'Etat, le déficit énorme de personnels dans le domaine de la santé et de l'éducation, la souffrance des jeunes au niveau des sites miniers à la recherche de l'emploi.

La révolte du 23 juin 2011 constitue sans nul doute le début de la fin du pouvoir libéral. Des centaines de milliers de jeunes politiques et apolitiques, renforcés par les leaders de l'opposition se sont massés très tôt devant les grilles de l'assemblée nationale pour protester contre le vote de la loi instituant le ticket présidentiel (Président et vice-président) et l'élection du président avec seulement 25% des voix valablement exprimées. Bien que la manifestation fût autorisée, de violents affrontements opposèrent les manifestants aux forces de l'ordre occasionnant des dégâts très importants. Face à la détermination des jeunes et à la suite de l'intervention du khalife de la communauté religieuse mouride, le Président Wade décide de renoncer à sa réforme constitutionnelle. Le pouvoir de l'alternance ne se remettra jamais de cette défaite. Cinq jours après, les populations de Dakar et de plusieurs villes se soulevèrent encore pour protester contre les coupures récurrentes d'électricité.

En mars 2021 un mouvement social d'une ampleur inédite a sérieusement secoué le pouvoir du Président Macky SALL. De violentes manifestations, faisant plusieurs morts, ont éclaté à

²⁵⁰ Ibidem.

plusieurs reprises pour réclamer la libération d'un opposant politique et dénoncer les mesures de restriction liées à la pandémie de la Covid 19. L'élément déclencheur des manifestations fût l'arrestation du principal opposant au régime, Ousmane SONKO. Officiellement, il est interpellé pour trouble à l'ordre public, alors qu'il se rend en cortège au tribunal où il est convoqué pour répondre à des accusations de viol portées contre lui par une employée d'un salon de beauté dans lequel il est allé se faire masser. Son arrestation provoque la colère de ses partisans, mais elle réveille aussi l'exaspération accumulée par la dégradation, au moins depuis le début de la pandémie, des conditions de vie des Sénégalais. Les mesures de restriction imposées par les pouvoirs publics, notamment le couvre-feu, avaient fini d'accentuer la pauvreté des couches défavorisées. Les scènes de pillage de 14 boutiques Auchan révèlent une grande détresse des ménages pauvres. Les protestataires, portés par le collectif Mouvement de défense de la démocratie (M2D), comprenant des partis d'opposition et des organisations contestataires de la société civile, réclament, en plus de la libération de l'opposant, la démission du Président. Pour faire revenir le calme, Ousmane Sonko est entendu par le doyen des juges, il est mis en examen et placé sous contrôle judiciaire pour les accusations de viol. Du côté du pouvoir exécutif, l'heure est aussi à l'apaisement. Dans un discours mémorable prononcé à la télévision publique, Macky Sall appelle au « *calme et à la sérénité* ». « *Tous, ensemble, taisons nos rancœurs et évitons la logique de l'affrontement qui mène au pire* », ajoute-t-il, avant d'annoncer un « *allègement* » du couvre-feu.

Le dénominateur commun à tous ces mouvements sociaux est leur caractère sporadique et sans lendemain.

En même temps, d'autres mouvements sociaux plus structurés avec des objectifs très clairs et des plans d'action sur le long terme se sont développés à partir de l'année 2000. La cause des femmes a, par exemple, fait naître au Sénégal un mouvement social féminin dont l'objectif est de mettre l'homme et la femme sur un pied d'égalité, de dénoncer les violences faites aux femmes, de réclamer l'accès à la terre et à des responsabilités politiques et administratives. La première grande victoire du mouvement social féminin est sans doute le vote par l'assemblée nationale d'une loi révolutionnaire consacrant la parité absolue homme-femme dans toutes les institutions partiellement ou totalement électives. La loi n° 2010-11 du 28 mai 2010 se distingue par son caractère contraignant. Les articles 1 et 2 stipulent que : « *les listes de candidatures doivent être alternativement composées de personnes des deux sexes, et que lorsque le nombre de membres est impair, la parité s'applique au nombre pair immédiatement inférieur. Les listes de candidatures doivent être conformes à cette disposition sous peine d'irrecevabilité* ». Les élections législatives du 1^{er} juillet 2012 ont servi de prétexte

à l'expérimentation de la loi sur la parité absolue. Et l'on a pu noter une nette augmentation du nombre de femmes présentes à l'hémicycle. De 22% (soit 33 députés) pour la législature 2007-2012, l'effectif des femmes députées est passé à 43,3% (soit 64 députés) pour la législature 2012-2017. Parmi les organisations féminines de défense des droits des femmes les plus en vue, nous pouvons citer le caucus des femmes leaders dirigé par la sociologue Dr Fatou Sow Sarr. Lors des élections locales du 23 janvier 2022 le caucus des femmes leaders avait parrainé la candidature de la maire sortante de la ville de Dakar, Mme Soham El Wardini. Cette prise de position dans les affaires politiques vient encore relancer le débat sur les incursions récurrentes de la société civile dans le landerneau politique. L'Association des Juristes Sénégalaises (AJS) est également très active dans la défense des droits des femmes et des enfants. Elle offre aux femmes victimes de viol, d'inceste, de violence physique et morale une assistance juridique en vue de condamner leurs bourreaux. L'AJS plaide également pour le respect scrupuleux de la parité absolue et pour la prise en compte de la question genre dans les politiques publiques de développement. A cet effet, depuis quelques années chaque département ministériel comporte en son sein une cellule genre. Les femmes se sont également battues jusqu'à obtenir la mise en place de l'observatoire national de la parité.

La défense des droits des travailleurs est à l'origine de la création de plusieurs mouvements syndicaux. Les syndicats poussent comme des champignons, surtout dans le secteur de l'éducation. Cette querelle de leadership les rend encore plus vulnérables face à l'Etat et au patronat, comme l'explique d'ailleurs le Pr A.B. Diop : « *Le mouvement syndical fait face à une querelle de leadership qui mine son efficacité. Et l'État prend prétexte de cet émiettement pour imposer son rythme quant au suivi des demandes sociales. La désyndicalisation a en effet précipité la crise de confiance parmi les travailleurs et cette vulnérabilité débouche sur des tentatives de remise en cause des acquis sociaux.* »²⁵¹ Pour assainir le milieu et avoir plus de visibilité quant à la représentativité des différentes organisations syndicales l'Etat du Sénégal a décidé d'organiser des élections générales de représentativité des centrales syndicales des travailleurs. C'est ainsi que le ministère du travail, du dialogue social, des organisations professionnelles, et des relations avec les institutions a pris l'arrêté n°000957/MTDSOPRI/DGTSS du 10 octobre 2016 fixant les règles d'organisation des élections générales de représentativité des centrales syndicales de travailleurs. D'après le site d'information en ligne www.dakaractu.com : « *L'arrêté stipule que pour représenter légitimement les travailleurs dans les instances de dialogue et de négociation aux niveaux*

²⁵¹ Ibidem.

national et international, toute centrale syndicale doit obligatoirement obtenir, à l'issue des élections, un nombre de voix égal au moins à 10% des suffrages valablement exprimés. Il est fait également obligation aux pouvoirs publics de tenir compte de ces résultats dans les séances de dialogue et de négociation, pour la représentation des travailleurs dans les instances tripartites et pour l'octroi de subventions destinées aux centrales syndicales de travailleurs. »²⁵² Dans une note publiée sur son site web, La Chambre de Commerce d'Industrie d'Agriculture de Dakar (CCIAD) informe l'opinion des résultats issus du vote : « *La Chambre de Commerce d'Industrie d'Agriculture de Dakar vous fait tenir, ci-joint, le tableau récapitulatif des résultats provisoires issus des élections de représentativité des Centrales syndicales de travailleurs, tenues le 30 mai 2017.*

Conformément à l'article 5 de l'arrêté n°15237/MTDSOPRI/DGTSS du 14 octobre 2016 fixant les régies d'organisation des élections de représentativité des centrales syndicales de travailleurs, les organisations ci-après, ayant atteint le seuil de 10% des suffrages valablement exprimés, sont considérées comme représentatives :

Confédération nationale des travailleurs du Sénégal (CNTS) ;

Union nationale des syndicats autonomes du Sénégal (UNSAS) ;

Confédération des Syndicats autonomes (CSA) ;

Confédération nationale des travailleurs du Sénégal, Force du changement (CNTS FC). »²⁵³

Pour pacifier le front social face aux revendications des multiples mouvements sociaux, l'Etat du Sénégal a décidé en 2014 de mettre en place le Haut Conseil du Dialogue Social (HCDS), rattaché à la présidence. C'est l'institutionnalisation des cadres de concertation. Le Haut Conseil du Dialogue Social joue un rôle extrêmement important dans la prévention, la gestion et la résolution des conflits sociaux. En procédant notamment, par des médiations et des facilitations entre les acteurs sociaux, ainsi que l'appui et la formation des acteurs concernés. Le HCDS a pour missions de :

- de procéder à des facilitations et à des médiations sociales entre les acteurs sociaux ;
- d'appuyer et de former les acteurs en matière de prévention, de gestion et de résolution des conflits sociaux ;

²⁵² https://www.dakaractu.com/Resultats-provisaires-des-elections-generales-de-representativite-des-centrales-syndicales-de-travailleurs_a133572.html, consulté le 03/02/2022

²⁵³ <https://www.cciad.sn/2017/12/05/centrales-syndicales-les-plus-representatives/>, consulté le 03/02/2022

- de mettre en place des mécanismes adaptés de dialogue social à l'échelle nationale et sectorielle notamment au niveau des branches et des entreprises ;
- de mener ou de faire mener toute étude jugée utile sur la situation et les perspectives du dialogue social ;
- d'établir le rapport annuel sur l'état du dialogue social et de le soumettre au président de la République.

On peut noter que depuis sa mise en place le HCDS a régulièrement convié les parties opposées (généralement État et mouvements sociaux) à la table des négociations pour trouver des solutions aux problèmes.

Ces mouvements sociaux structurés, revendiquant un programme d'action national et quelques fois supranational, étalé sur le long terme, sont issus de la société civile. Désormais, ils ne se satisfont plus de la qualité de lanceurs d'alerte, de mouvements contestataires ou de revendication, mais aspirent à participer à la conduite des affaires de la nation. Depuis l'année 2000, les principaux bailleurs de fonds du Sénégal que sont la Banque Mondiale et l'Union Européenne conditionne leur aide à une plus grande participation de la société civile dans l'élaboration et la mise en œuvre des politiques publiques. D'après Alexei Jones : « *Cette nouvelle exigence de la participation de la part des bailleurs de fonds s'est traduite au Sénégal par l'organisation de processus de consultation de la société civile dans le cadre de la formulation du document de stratégie de réduction de la pauvreté d'une part, et de l'Accord de partenariat Union Européenne-Sénégal d'autre part.* »²⁵⁴ Les OSC sont désormais des acteurs politiques de premier plan avec qui il faut compter dans l'élaboration et l'exécution des politiques publiques.

CONCLUSION.

Au Sénégal les pratiques de communication politique varient selon la position de l'initiateur sur l'échiquier politique national. La communication du pouvoir politique est axée sur deux types : la communication présidentielle et la communication gouvernementale. La communication politique de l'opposition est portée par les partis politiques, les coalitions de partis et les mouvements politiques en vue de conquérir le pouvoir. Une autre frange de la population qui n'appartient à aucun bord politique déroule sa communication politique dans le cadre des organisations de la société civile ou dans le cadre de mouvements sociaux spontanés et éphémères.

²⁵⁴ Jones, Alexei, Société civile et participation au développement : Le cas du Sénégal, L'Harmattan, 2020

La communication politique au Sénégal et ailleurs révèle très souvent un choc des ambitions. Les différents acteurs usent de moyens légaux et illégaux pour faire triompher leurs idéaux, prévaloir leurs visions et même combattre l'adversaire. Face à ces situations qui peuvent être sources de tension et de blocage, le Sénégal dispose de ressources institutionnelles, culturelles et même religieuses pour pacifier l'espace politique et assurer le fonctionnement régulier des institutions.

DEUXIEME PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : RECETTE D'UNE DEMOCRATIE AFRICAINE.

Le Sénégal est un pays profondément enraciné dans ses valeurs africaines mais très ouvert au monde. Les pères fondateurs ont fait de l'enracinement et de l'ouverture les deux pieds sur lesquels doit s'appuyer la jeune république sénégalaise pour marcher résolument vers son avenir. Après les indépendances, l'essentiel des institutions du pays sont importées de la France. Mais le Sénégal garde intactes ses valeurs culturelles et morales qui ont cimenté la nation sénégalaise. Et c'est peut-être à ce niveau qu'on peut trouver une explication à l'exception démocratique sénégalaise. Nous allons dans la deuxième partie de notre étude analyser les rapports entre pouvoir politique et médias dans un contexte d'explosion des médias privés, dans un premier temps. Et dans un deuxième temps, nous allons étudier les instruments institutionnels et culturels mis en œuvre pour garantir la stabilité politique du pays.

TITRE I : LES MEDIAS A L'EPREUVE DES POUVOIRS DE L'ALTERNANCE

Dans la première partie de notre étude, nous avons passé en revue les rapports qui ont existé entre les médias et les pouvoirs politiques de l'époque coloniale aux années 1990. La création du Moniteur du Sénégal et dépendances en 1856 par le gouverneur Louis Faidherbe va ouvrir la voie à plusieurs autres médias très engagés, durant la période coloniale. A l'accession du Sénégal à l'indépendance les nouvelles autorités vont faire fi de la liberté de presse, pourtant consacrée depuis l'époque coloniale (loi du 29 juillet 1881) et optent pour un monolithisme rigide. Seuls les médias d'Etat sont autorisés à publier et à émettre. Quand Abdou Diouf accède au pouvoir le 1^{er} janvier 1981 il décide de libéraliser le secteur de la presse. Cependant les médias du secteur public, comme sous Senghor, sont restés exclusivement au service de la propagande du pouvoir en place. Dans un article intitulé *Médias d'État et Alternance Politique au Sénégal : une Étude de la Télévision Nationale Sénégalaise sous le Président Abdoulaye Wade (2000-2012)*, le professeur Mor Faye décrit cette emprise du régime socialiste sur la télévision publique en ces termes : «Ce type de contrôle empêchera la télévision nationale sénégalaise, érigée en média d'État pro gouvernemental, de jouer son véritable rôle de média de service public, durant le long règne du régime socialiste dirigé par

le Président Léopold Sédar Senghor, de l'indépendance du Sénégal en 1960 à 1980, puis par le Président Abdou Diouf, de 1981 à 2000. Sur toute cette période, la télévision nationale fut marquée par une mise en scène excessive du pouvoir, à travers une hypertrophie d'images et de discours de propagande portés par des journalistes zélés, et par une transformation du média en appareil électoral permanent, au profit du régime socialiste. »²⁵⁵ Cet état de fait a été plusieurs fois dénoncé par les opposants, qui promettaient une fois arrivés au pouvoir de rendre équitable et égal l'accès aux médias publics. Mais les fruits tiendront-ils la promesse des fleurs ?

²⁵⁵ Mor Faye, Médias d'État et Alternance Politique au Sénégal : une Étude de la Télévision Nationale Sénégalaise sous le Président Abdoulaye Wade (2000-2012), Akofena, n° 002 Vol 1.

CHAPITRE I : LES RAPPORTS ENTRE POUVOIR POLITIQUE ET MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT ABDOULAYE WADE.

En 2000, lorsque Abdoulaye Wade accède à la magistrature suprême, les sénégalais avaient soif de justice sociale, de bonne gouvernance, d'emplois pour les jeunes mais aussi et surtout d'équité et d'égalité devant l'Etat et ses démembrements. Ils avaient massivement adhéré au *sopi*, le changement proposé par celui qui était le principal adversaire du régime socialiste. C'est ainsi que dès son installation dans ses fonctions de Président de la République, Me Wade s'est attaqué à la problématique de la presse dans le but de réformer le secteur. Il décide d'accorder plus de liberté et de moyens aux médias privés, qu'il considère comme ses alliés. Mais cette alliance va-t-elle résister à la réalité du pouvoir politique ?

Section : I- Les médias privés et le régime de Wade : de l'idylle au désamour.

Avant d'analyser les rapports entre le « pouvoir de l'alternance » et les médias privés, il nous paraît important de revenir sur le rôle et la contribution de ces derniers dans l'avènement de la première alternance.

La libéralisation du secteur des médias enclenchée depuis les années 1990 a permis la création de nombreux organes privés et l'émergence d'une nouvelle génération de journalistes. Ces groupes de presse sont dotés d'une autonomie financière qui les préserve de toutes formes de pression venant du pouvoir politique. C'est ainsi que les groupes Sud communication et Walfadjri ont pu tracer les sillons d'une presse privée indépendante, libre, et résolument engagée aux côtés des populations. Pendant la campagne électorale pour les élections présidentielles de 2000 les médias privés ont largement ouvert leurs colonnes et ondes aux candidats de l'opposition, alors que la RTS et *Le Soleil* avaient clairement pris fait et cause pour le candidat sortant, Abdou Diouf. En accordant une tribune aux opposants, les médias privés ont joué un rôle extrêmement important dans la diffusion et la vulgarisation des programmes politiques alternatifs à ceux présentés par les socialistes, après 40 ans de règne. Ces organes de presse privés, très attachés à leur indépendance et liberté de ton, sont animés par une nouvelle génération de journalistes très différente de celle des années 1960, 1970 et 1980. Comme d'ailleurs l'explique Mamadou Mbodj : *« le phénomène marquant au-delà du pluralisme est lié au renouvellement de la classe journalistique. Ce processus est à mettre en rapport avec l'esprit de rupture et l'évolution des mentalités chez les jeunes en général. Les reporters de 1998 et de 2000 avaient quinze ans en 1988. Il se sont nourris de la sève de la contestation et se sont abreuvés du ``bul faale''. Et leur impertinence aura beaucoup changé*

les rapports que la “vieille presse” a toujours entretenus avec la classe politique et aura contribué au succès et au rôle de premier plan que la presse privée a joué dans le processus d’ouverture démocratique et à l’affirmation d’un esprit citoyen. »²⁵⁶ Ces « jeunes loups aux dents longues », encadrés par de fortes personnalités du journalisme sénégalais comme Babacar Touré, Sidy Lamine Niasse, Mame Lesse Camara, etc., se sont donné comme crédo : informer juste et vrai. Les informations diffusées viennent de la base, de la société profonde vers le sommet, alors qu’avec la « veille presse » les informations données quittent le sommet (Etat) vers la base. Il faut dire que les premières générations de journalistes sorties du Centre d’Etudes des Sciences et Techniques de l’Information (CESTI) étaient formées et formatées à servir les régimes politiques en place dans leurs pays respectifs. Sous Senghor les journalistes étaient des fonctionnaires de l’Etat et à ce titre ils devaient être loyaux et engagés au côté du pouvoir politique. Le doyen Karim Fall ayant exercé le métier de journaliste au Sénégal pendant 7 ans (1968-1974) écrit : « *Nous étions des laudateurs, des thuriféraires. (...) Bien sûr, quand il s’agissait de rapporter les faits liés à des événements situés en dehors du champ politique, économique ou social par exemple : le traitement des faits divers où nous pouvions agir avec la plus grande liberté. Pour le reste, nous rivalisions tous d’enthousiasme quant à la relation des faits et gestes de L.S. Senghor. Les comptes-rendus des conseils des ministres, les meetings de l’UPS, les congrès de ce même parti, les voyages officiels de L.S. Senghor, l’ouverture solennelle des cours et tribunaux, les retours de vacances en Normandie, après un mois d’absence de L.S Senghor, la présentation des lettres de créance d’un nouvel ambassadeur, etc.* »²⁵⁷ Cependant, depuis le régime de Senghor en passant par les années Diouf jusqu’ à l’alternance de 2000, le paysage médiatique a beaucoup changé, on est passé d’un monolithisme médiatique à une pluralité d’organes de presse. Cette profusion de l’information diverse et variée a permis l’éveil d’une conscience citoyenne de la population sénégalaise en générale et de la frange jeune en particulier. Jean François Havard de remarquer : « *Plus généralement, si la libéralisation des médias a contribué à l’émergence d’une conscience citoyenne, c’est d’abord en ce qu’ils ont porté la démocratisation du sentiment de « compétence politique ».* »²⁵⁸ Les émissions interactives, comme « wakh ça khalat » (dire son opinion) diffusées sur les ondes des nombreuses stations radio ont libéré la

²⁵⁶ M. Mbodji, « Le Sénégal entre ruptures et mutations. Citoyennetés en construction », in M.-C. Diop (dir.), *Le Sénégal contemporain*, Paris, Karthala, 2002, p. 590-591.

²⁵⁷ Karim Fall, *Pouvoirs et Médias au Sénégal et Ailleurs*, L’Harmattan, 2014

²⁵⁸ Jean-François Havard, *DE LA VICTOIRE DU SOPI » À LA TENTATION DU « NOPI » ? « Gouvernement de l’alternance » et liberté d’expression des médias au Sénégal*, Karthala / « Politique africaine » 2004/4 N° 96/ pages 22 à 38

voix de ceux, qui jadis étaient considérés comme des « incompetents politiques », comme des sans voix. Tout le monde, hommes, femmes, jeunes, riches et pauvres, alphabètes ou analphabètes, peut désormais participer au débat politique et défendre ses positions publiquement. Nous pouvons ainsi affirmer que l'émergence d'une conscience politique généralisée à toutes les couches de la population a eu un fort impact sur les changements politiques majeurs intervenus au Sénégal en 2000. Sur un autre registre, les médias privés ont joué le rôle de sentinelle du processus électoral en amont, pendant les élections et même après celles-ci. Ils ont dénoncé la nomination douteuse d'une personnalité proche de Diouf à la tête de l'Observatoire National des Élections (ONEL), puis ont attiré l'attention de l'opinion sur la problématique de la fiabilité du fichier électoral depuis qu'ils ont découvert que des cartes d'identité nationales étaient fabriquées en Israël à l'insu de la classe politique. La presse privée a suivi de bout en bout les opérations pré-électorales pour s'assurer de leur régularité. Le jour des élections, au premier tour comme au second tour, les organes de presse privés ont fait un remarquable travail de maillage du territoire national en envoyant dans tous les centres de vote des journalistes armés de téléphones cellulaires pour informer instantanément des résultats de chaque bureau de vote. Cette présence massive de reporters sur le terrain a permis un comptage et une compilation des résultats de façon transparente, sans bourrages d'urnes ni de falsifications de résultats. L'émancipation des médias a été un facteur très déterminant dans l'avènement de la première alternance politique au point que le nouveau Président Abdoulaye Wade aurait déclaré que : « *sans la presse, il n'y aurait pas eu d'alternance. Donc la presse est actrice de l'alternance.* »²⁵⁹ Cette sortie attribuée au Président élu sonne comme une déclaration d'amour à la presse privée. C'est en effet le début d'une idylle née d'une incompréhension mutuelle entre le pouvoir libéral et la presse privée. Dans l'esprit des libéraux, cette presse qui les a soutenus, portés à bout de bras durant les années de braises était un allié qui devait les accompagner à consolider leur pouvoir politique. En guise de récompense « pour service rendu » le Président Wade prit un certain nombre de décisions :

- la liberté de la presse est réaffirmée avec force dans la nouvelle constitution adoptée le 7 janvier 2001 ;
- l'aide à la presse passe de 100 millions, sous Diouf, à 300 millions ;
- la construction d'une maison de la presse moderne entièrement équipée et connectée à l'internet, pouvant même accueillir des hôtes ;

²⁵⁹ M. BARRY, *Médias et pouvoir au Sénégal depuis les indépendances* (1960), Thèse de doctorat, Mars 2012, 383 p.

- la nomination d'une cohorte de journalistes à la présidence, dans les ministères et dans les sociétés nationales aux postes de conseillers techniques en communication ou directeurs de la communication et des relations publiques.

Dans l'esprit de certains journalistes et patrons de presse, le pouvoir de l'alternance leur été redevable eu égard au travail accompli pour assurer des élections libres, transparentes et démocratiques. A ce titre, ils réclamaient leurs parts du « gâteau de l'alternance ». Cette position est étayée par le doyen Mame Less Camara : *« Il y a une partie de la presse qui pense qu'elle est copropriétaire, co-actionnaire de l'alternance parce qu'elle estime que les médias ont joué un rôle déterminant dans la chute du président Abdou Diouf. Dès l'annonce de sa victoire, Abdoulaye Wade a remercié la presse pour son rôle dans l'avènement de l'alternance. Certains journalistes ont pensé que ce discours était une invite à partager le pouvoir »*²⁶⁰ C'est ainsi que se considérant comme actionnaire de l'alternance, une certaine presse a pendant longtemps caressé le pouvoir de Wade dans le sens des poils et s'attendait à jouir des « fruits de l'alternance ». Face à ce quiproquo et pour lever tout équivoque l'ancien directeur de publication du groupe Walfadjri feu Abdourahmane Camara aurait dit au Président Wade : *« le problème qu'il y a entre vous et la presse, c'est un malentendu »*²⁶¹ avant de faire la précision suivante : *« La presse n'a joué que son rôle de vigie de la démocratie. Par conséquent, le président Wade ne nous doit rien. Nous allons continuer à jouer ce rôle en tirant la sonnette d'alarme à chaque fois que cela est nécessaire. Il ne peut pas y avoir d'alliance entre le pouvoir et nous. C'est de là où est parti tout ce malentendu. »*²⁶² Car les relations entre le régime libéral et les médias privés vont très vite se détériorer, l'idylle a cédé la place au désamour. Les prémices d'un affrontement sont perceptibles déjà en 2001, quand des individus ont tenté d'incendier les locaux de Walfadjri après un débat sur la grâce accordée par le Président Wade à des hommes, réputés proches du PDS, condamnés dans l'assassinat du juge constitutionnel Me Babacar Seye. Les tentatives de domestication des médias privés ont toutes échoué. Même le groupe Sud Communication à qui Wade avait promis le rapatriement de sa chaîne de télévision s'est détourné du régime libéral pour condamner ses dérives autoritaires et autocratiques. Il faut souligner que Wade a eu une période de grâce assez longue, pendant 3 ans, il fallait avoir beaucoup de courage pour critiquer le régime et prendre le risque de se mettre à dos l'opinion publique. Mais avec la détérioration du climat social et économique, les premières salves nourries de critiques

²⁶⁰, Ibidem.

²⁶¹ Ibidem.

²⁶² Ibidem.

commencent à tomber sur la galaxie Wade. L'euphorie des premières années de l'alternance laisse place à la désillusion. Les inondations récurrentes, le chômage endémique des jeunes, la cherté des denrées de première nécessité sont autant d'indices qui traduisent le mal être des sénégalais, trois ans après l'arrivée des libéraux au pouvoir. L'immigration clandestine prend dès lors une ampleur jamais égalée. Des centaines de milliers de jeunes sénégalais, ceux-là même qui ont voté pour Me Wade, se sentant trahis, dépités, décident au prix de leur vie de rejoindre les côtes espagnoles à bord d'embarcations de fortune. Cela a provoqué l'émoi au sein de l'opinion publique et les critiques des médias contre le pouvoir libéral. En outre, les nombreux scandales de corruption, de détournement de deniers publics, et le train de vie très élevé des pontes du nouveau régime ont davantage crispé les relations déjà tendues entre presse privée et pouvoir politique. Plusieurs ministres et DG ont été épinglés par les corps de contrôle de l'Etat, comme la cour des comptes. Le Président est souvent cité dans ces scandales de corruption dont les plus retentissants sont l'affaire Madiambal Diagne et l'affaire Alexe Ségura. La première a impliqué le président du groupe Avenir Communication, Madiambal Diagne, et le ministre du tourisme et de l'artisanat, Thierno Lô. Le premier avait accusé le second d'avoir « empoché une forte somme d'argent au nom du journal Le Quotidien ». L'argent était destiné à acheter le silence du groupe de presse qui a une ligne éditoriale très critique vis-à-vis du régime. Mais le patron de presse affirme n'avoir jamais vu la couleur de cet argent, alors que le ministre affirme le contraire. Il faut dire que c'est Madiambal Diagne en personne qui avait mis cette affaire sur la place publique. La presse s'en est emparée jusqu'à ce qu'une autre affaire attire son attention. Il s'agit de l'affaire Alexe Ségura, ce représentant du Fond Monétaire International (FMI) qui s'est vu remettre lors de la traditionnelle audience d'adieu au Palais de la République une mallette contenant 100 mille euros et 50 mille dollars, soit 87.5 millions de Fr CFA. Le fonctionnaire du FMI dit avoir pris connaissance du contenu de la mallette que dans son avion en partance de Dakar. Il va finalement remettre la mallette sous scellée à l'ambassadeur du Sénégal en Espagne où son avion a fait escale. Ce énième scandale a fait couler beaucoup d'encre et de salive au point que le Président Wade s'est vu obligé d'admettre publiquement une erreur sur le montant, imputée à son aide de camp. Ces nombreux scandales ont mis de l'eau dans le moulin des médias privés, qui dorénavant ne ratent aucune occasion de tirer à boulets rouges sur le régime.

L'autre facteur explicatif du divorce entre les nouvelles autorités et les médias privés est d'ordre politique. En effet, tout comme sous l'ère socialiste, les opposants étaient sous l'ère des libéraux systématiquement interdits de médias publics, particulièrement, la télévision nationale. Ces derniers, comme Wade quand il était dans l'opposition, se sont alors tournés vers les médias privés pour exister politiquement. En plus, voulant réduire son opposition au néant Wade entreprend une vaste entreprise de débauchage de responsables du Parti Socialiste. Ce que l'opinion publique sénégalaise appela la « transhumance ». Cependant, les libéraux ne s'étaient pas rendus compte que cette opposition qu'ils combattaient par tous les moyens, légaux et illégaux, s'était en quelque sorte liguée avec les médias privés pour créer un front encore plus coriace. L'ennemi de mon ennemi est mon ami. L'occasion faisant le larron, les organes de presse privés ont ouvert leurs colonnes, tendu le micro et braqué leurs caméras sur les opposants au point d'être assimilés à une presse d'opposition. Ce n'était pas certes une presse d'opposition, mais plutôt une presse de l'opposition. Cette opposition qui se disait républicaine n'avait d'ailleurs d'autres choix que d'aller auprès des radios et télévisions privées pour dénoncer et condamner les dérives du régime vu que leurs demandes de marche étaient le plus souvent rejetées par le Préfet de Dakar. Au fond, le désamour qui s'est installé dans les relations entre les journalistes et le pouvoir libéral s'explique par le fait que le Président est allergique à la critique. Il perçoit toutes critiques contre son gouvernement comme une attaque directe sur sa personne ou sur sa famille. Dans son livre entretien, *Une vie pour l'Afrique* avec Jean-Marck Alflèche et Gilles Lafon Me Wade fait part de son dépit de voir la presse qu'il considérait naguère comme son allié s'acharner sur son gouvernement : « Heureusement, vis-à-vis des paysans, des masses rurales, j'étais encore en état de grâce. Mais lorsque j'ai vu que la presse qui m'a accompagné et soutenu pendant la campagne électorale de 2000 a commencé à se retourner contre moi, à partir effectivement de 2002-2003, je n'ai pas compris ce qui s'est passé. J'ai trouvé que ces attaques étaient très injustes. Pour un oui, pour un non, elles fusaient de partout avec une rare violence contre moi, ma famille. »²⁶³ Le pouvoir libéral va rendre coup pour coup aux attaques des journalistes, c'est l'escalade. Plusieurs épisodes ont ponctué cet affrontement entre les deux parties durant les douze années de règne de Me Wade. Entre emprisonnement, propos déplacés, saccages de locaux et suspension d'entreprises de presse, rétention de l'aide à la presse, menace de mort, etc. Les « belligérants » se sont livrés à une guerre sans merci. Déjà, le 1^{er} Aout 2001, Ousseynou Nar Gueye, Souleymane Ndiaye et Cheikh Touré, respectivement directeur de la publication,

²⁶³ Me Abdoulaye Wade – *Une vie pour l'Afrique*. Entretien avec Jean-Marc Alflèche et Gilles Lafon, éditions Michel Lafon, Paris, 2008.

rédacteur en chef et infographiste du quotidien *Le Tract*, avaient été interpellés. Le même jour, tous les exemplaires du journal *Le Tract* avaient été confisqués par la police. L'édition du jour montrait un photomontage du Premier ministre, Mme Mame Madior Boye, en tenue de plage. Cette dernière s'estimant lésée dans son honorabilité porta plainte contre les journalistes pour "injures à un membre du gouvernement" et "diffusion de fausses nouvelles avec utilisation de pièces fausses ou fabriquées". Cette affaire a provoqué l'émotion dans l'opinion, les Sénégalais ont condamné de telles pratiques jusque-là inconnues dans la société. Surtout, dans une société où des valeurs comme la pudeur, le respect des anciens sont bien ancrées. Le SYNPICS s'est aussi désolidarisé des journalistes incriminés, tout en condamnant leur brève arrestation. Toutefois, Reporters Sans Frontières avait une autre vision des choses et l'a fait savoir dans une lettre de protestation adressée au Premier Ministre Mame Madior Boye : « *La liberté de la presse sera la victime de votre manque d'autodérision si les journalistes sont condamnés. Il est important que le Sénégal, et ses dignitaires les premiers, acceptent les railleries de la presse populaire, fussent-elles de mauvais goût* »²⁶⁴ RSF par la voie de son secrétaire général demande au Premier Ministre de retirer sa plainte. Après une comparution et un renvoi, l'affaire est classée sans suite.

Pour mieux apprécier les rapports entre presse et pouvoir politique durant les douze ans de la présidence de Me Wade, nous allons relater quelques « affaires » qui retiennent particulièrement notre attention du fait de leur dimension symbolique et de l'ampleur des réactions qu'elles ont suscitées.

D'abord avec le groupe Sud Communication, les relations qui naguère étaient empreintes de cordialité et de respect vont se détériorer seulement deux ans et demi après l'avènement du pouvoir libéral. En effet, Me Wade opposant, entretenait d'excellents liens avec feu Babacar Touré, président directeur général du groupe de presse. Arrivé au pouvoir, Me Wade était dans les dispositions de maintenir cette proximité avec B. Touré et son groupe. C'est dans ce cadre qu'il avait entamé la procédure de rapatriement de la télévision de Sud jusqu'à ce que des malentendus avec le guide Libyens, Mouammar Kadhafi stoppe l'opération. Wade était également intervenu auprès du PDG de la compagnie sucrière sénégalaise pour qu'il renonce à ses dommages et intérêts de 500 millions de Francs CFA (environ 762 mille 246 euros) que Sud Communication lui devait, au terme d'un procès où le groupe de presse a été condamné par la justice. En plus, dès son accession à la magistrature suprême Wade a choisi le directeur de Sud FM, Cherif El Walid Seye pour être son conseiller en communication. Autant de

²⁶⁴ <https://rsf.org/fr/actualites/deux-journalistes-poursuivis-pour-injures-par-le-premier-ministre>, consulté le 21/03/2022

marques de sympathie et de considération qui pouvaient laisser prévoir une longue et étroite collaboration. Ceci s'explique, entre autres, par le fait que le nouveau Président a encore en tête l'ostracisme dont il était victime de la part des médias nationaux et était plus enclin à travailler avec les journalistes issus du privé. La nomination de Mactar Silla à la tête de la RTS est à mettre dans cette dynamique. Mais les réalités du pouvoir et le besoin insatiable de liberté du journaliste auront raison de ce compagnonnage. Les premières frictions vont naître avec l'éditorial choc de Babacar Touré : « *Alterner l'Alternance* » dans lequel il dénonçait la gestion clientéliste du pays avant d'appeler à « alterner l'alternance ». Ce fut le début de la fin de l'état de grâce dont jouissait le Président Wade. Témoin privilégié de cette relation pour avoir été un ami commun à Wade et Touré, Amath Dansokho, rendant hommage au groupe Sud à travers un texte intitulé : *Regard d'un sympathisant-partisan sur « nos 30 glorieuses »*, à travers Sud, écrit : « *Le pouvoir solitaire de celui-ci qui s'affublera du titre de « despote éclairé », s'affirmait déjà sans ambages, cristallisé par une Constitution à la mesure de l'Omni Président que nous avons tôt décelé et dénoncé, sans être compris à l'époque. C'est pourquoi quand, au bout d'une période d'état de grâce et même de coopération pour donner toutes ses chances au nouveau régime, « Sud » sonnait l'alerte à travers un retentissant éditorial : « Alterner l'Alternance », sous la signature de Babacar Touré, ce fut comme un coup de tonnerre, sous le ciel assombrissant de l'Alternance.* »²⁶⁵ Ce témoignage de feu Dansokho, leader charismatique du Parti pour l'Indépendance et le Travail (PIT), ancien ministre de Wade, est assez édifiant sur l'évolution des rapports entre le groupe de presse et le régime libéral. En 2003, Abdou Latif Coulibaly journaliste d'investigation au groupe Sud communication publie un livre au titre évocateur : *Wade, un opposant au pouvoir. L'alternance piégée*. Qualifiée de « brûlot » cette publication est le premier du genre sous le régime de l'alternance et il fallait avoir du courage pour s'y risquer. L'auteur, après avoir mené des investigations sérieuses, a procédé à une compilation de scandales après seulement trois ans de règne des libéraux, à une analyse de la personnalité de Wade et à la mise en évidence d'une gestion du pays clientéliste, népotique et patrimoniale du clan Wade. Parmi les scandales qui ont le plus suscité le débat politique, nous pouvons citer l'indemnisation de la famille de Me Seye et la réfection de l'avion de commandement du Président de la République.

²⁶⁵ <https://www.enligne.sn/30-glorieuses-lhommage-damath-dansokho-a-babacar-toure/>, consulté le 15/03/2022.

Pour rappel, le juge constitutionnel Me Babacar Seye a été assassiné le samedi 15 mai 1993 dans un contexte de vives tensions politiques suite aux élections législatives. Dans cette affaire, Wade, que d'aucuns considéraient comme le commanditaire, a bénéficié d'un non-lieu alors que les assassins furent jugés et condamnés. Une fois arrivé au pouvoir et à la surprise générale, Wade accorde la grâce présidentielle à toutes les personnes condamnées dans ce dossier et au nom de l'Etat, accorde une indemnisation 600 millions de francs CFA à la famille du défunt juge. Cela a naturellement provoqué des commentaires de tous genres au sein de l'opinion. L'autre affaire, citée dans le livre, qui a animé les débats politiques à l'an 3 de l'alternance est le « *mensonge d'Etat* » concernant l'origine des fonds qui ont servi à la réfection de l'avion de commandement du PR. En effet, le Président avait fait savoir à la presse que les frais ne coûteront pas un centime au trésor public. Or, le journaliste, à l'issue de ses enquêtes a pu établir le contraire, comme il l'écrit dans son ouvrage : « *Ce qui est établi aujourd'hui avec certitude, c'est qu'une partie de la facture a été payée par le Fonds routier sénégalais. Un montant de 10 milliards de Fcfa a été transféré par l'État. Le décret de transfert a été effectivement pris, signé et contresigné par le Premier ministre. Jamais il n'a fait l'objet d'enregistrement au secrétariat général du Gouvernement. Il n'a pas été non plus publié au Journal Officiel. Le président de la république n'en a pas voulu* »²⁶⁶ Ces révélations ont provoqué un séisme dans le landerneau politique sénégalais au point que le Président a dû se prononcer pour menacer leur auteur de poursuites judiciaires. Son ministre de l'agriculture et de l'élevage, Habib Sy, lui, a appelé publiquement « *à briser la plume satanique* » de Coulibaly. Cet appel au meurtre à peine voilé a provoqué la colère dans les milieux intellectuels pour qui « briser la plume d'un journaliste », revient tout bonnement à l'éliminer physiquement. Face au tollé engendré par ces révélations et pour faire la lumière sur les allégations du journaliste, une commission parlementaire a été mise sur pied. Mais le journaliste écrivain n'a pas daigné répondre à cette commission sous le prétexte que celle-ci est composée majoritairement des affidés du PDS et que leur opinion sur ces affaires était déjà faite. Toujours dans son « brûlot », Coulibaly dépeint le Président sous les traits d'un homme fantasque, imprévisible, autoritaire et adepte de l'improvisation. Selon lui, A. Wade exerce dans le désordre, depuis son élection, exerçant un pouvoir absolu où se mêlent l'improvisation et la désinvolture. Ses diatribes vont encore plus loin en accusant le Président d'avoir saboté l'administration sénégalaise et la diplomatie, de dilapider les deniers publics pour des dépenses de prestige et d'être un Président fêru des discours fracassants avec des promesses

²⁶⁶ Abdou Latif Coulibaly, Wade un opposant au pouvoir : l'alternance piégée ? Sentinelles, 2003.

jamais tenues. Le moins que l'on puisse dire est que : l'auteur n'a pas été tendre avec Wade. Au-delà de la personne du Président, l'écrivain est d'avis que c'est toute la galaxie Wade qui est pourrie. Il écrit : « *Les responsables actuels du pouvoir d'État s'imaginent certainement que la politique n'a pas besoin de morale ni d'éthique* »²⁶⁷ Et au cœur de cette galaxie se trouvent désormais les enfants biologiques du Président qui ont fini d'intégrer le dispositif présidentiel. L'auteur y voit une gestion patrimoniale du pouvoir. Les accusations de népotisme sont précises et parfois documentées. L'accent est mis sur l'implication dans les affaires de l'État de la propre famille du président Wade, en particulier ses enfants. Pour Abdou Latif Coulibaly, Abdoulaye Wade est plus doué pour s'opposer que pour gouverner. Après trois ans passés à la présidence, Wade n'arrive toujours pas à se départir de son manteau d'opposant pour revêtir celui de Président de la République. D'où le titre du livre : Wade, un opposant au pouvoir : l'alternance piégée ? Ce bestseller local eut l'effet d'un tremblement de terre dont les ondes de choc ont même été ressenties au cœur de l'attelage gouvernemental.

Deux ans après ce premier livre qu'on peut qualifier d'arme de destruction massive contre le pouvoir libéral, Abdou Latif Coulibaly revient à la charge à deux ans des élections présidentielles, auxquelles Wade compte participer, avec un deuxième livre tout aussi inquisitoire contre le Président : « *Sénégal : Affaire Me Sèye. Un meurtre sur commande* ». Dans ce nouveau « brûlot » le journaliste d'investigation rapporte l'entretien qu'il a eu avec Pape Ibrahima Diakhaté, jugé et condamné dans cette affaire et les nombreux recoupements et enquêtes qu'il a faits pour vérifier la véracité des allégations de son interlocuteur. Et la conclusion à laquelle il est arrivé est que l'assassinat du juge constitutionnel aurait été commandité par Abdoulaye Wade. Cette thèse eut un fort retentissement dans l'opinion, surtout que, dès son arrivée au pouvoir Wade a posé deux actes qui ont contribué à épaissir le mystère qui entoure son rôle dans cet assassinat. D'abord, il décide de gracier en Février 2002 les assassins de Me Babacar Sèye, ensuite le Président fait voter par l'assemblée nationale la loi d'amnistie des assassins de Maître Babacar Seye, dite Ibrahima Isidore Ezzan, le 7 février 2005, qu'il promulgua le 17 février 2005. En réponse à ces accusations à peine voilées, le clan Wade sonne la mobilisation et décide de répondre, également par des livres, pour déconstruire les thèses avancées par Coulibaly. Me Madické Niang qui était l'avocat de Wade à l'époque des faits s'est particulièrement distingué en publiant deux livres : « *Pour que triomphe la vérité : l'assassinat de maître Babacar Seye* » et « *Sénégal : affaire Maître Sèye, les pièges de*

²⁶⁷ Ibidem, p 187

l'acharnement ». Le préfacier du deuxième livre, feu le Pr Iba Der Thiam, grand souteneur de Wade, s'attaque directement au journaliste qu'il décrit sous les traits d'un adversaire politique, en ces termes : « *Parlons franc ! Abdou Latif Coulibaly n'est plus un journaliste. Il est aujourd'hui un politicien, au propre comme au figuré. Il mène avec fanatisme un combat politique contre l'alternance. Son livre, paru en juillet 2003, en avait administré la preuve. Celui qu'il vient de faire paraître sur l'affaire Me Sèye a achevé de convaincre ceux qu'habitaient jusque-là certains doutes sur les objectifs de cet homme* »²⁶⁸. La robe noire, devenue ministre de Wade, s'est évertuée à mettre le journaliste devant ses propres contradictions. Ses articles qui ont couvert cette affaire contredisent les affirmations contenues dans son livre. Ces « brûlots » ont valu à leur auteur des menaces de mort, il fut placé sous protection policière pendant une longue durée. Les tensions entre Sud Communication et le régime libéral vont monter d'un cran lorsque Sud FM diffuse une interview accordée au chef d'une branche du Mouvement des Forces Démocratiques de la Casamance, (MFDC), Salif Sadio. Le 17 octobre 2005, vers 8h40, la police sénégalaise avait procédé à la fermeture de l'ensemble des relais du groupe dans le pays. La totalité du personnel des bureaux de la radio à Dakar, ainsi que le chef de la station locale de Ziguinchor, en Casamance, Ibrahima Gassama avaient été placés en détention. Le ministre de l'intérieur a déclaré sur Radio Futur Média (RFM) que Sud FM avait été fermée « conformément à la loi, pour atteinte à la sûreté de l'Etat ». Dans le long entretien diffusé par Sud FM, le chef militaire MFDC déclarait notamment : « *Je reviendrai à la maison après avoir chassé le Sénégal de Casamance.* » Tout juste après l'arrestation des 19 journalistes, le SYNPICS en collaboration avec l'Union des Journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO) et la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ) a sorti un communiqué pour exprimer son indignation et sa consternation face à la fermeture brutale de toutes les stations radio de Sud FM du Sénégal et l'arrestation d'une trentaine de travailleurs du groupe Sud Communication. RSF entre dans la danse et publie un communiqué pour condamner fermement ces agissements de l'Etat sénégalais : « *Cette opération de police, arbitraire et brutale, est totalement inadmissible, a déclaré Reporters sans frontières. Le président Abdoulaye Wade doit comprendre que le spectacle donné aujourd'hui par les forces de l'ordre est indigne d'une démocratie. Le personnel de Sud FM doit être relâché immédiatement et les autorités doivent fournir des explications claires sur leurs intentions et le mécanisme légal qui a mené à cet épisode inquiétant. Que le gouvernement ait un litige à régler avec un média est une chose, mais rien*

²⁶⁸ Madické Niang, Sénégal. Affaire Maître Seye : Les pièges de l'acharnement, Le Cherche Midi, Paris, 2006.

ne peut justifier une descente de police et une telle opacité dans la procédure qui a conduit à la fermeture de Sud FM. »²⁶⁹ Face à ce lever de boucliers du monde de la presse, le régime décide de libérer les journalistes le soir même et dans la foulée autorise Sud FM à émettre. Aucune plainte n'a été déposée par l'Etat.

En 2006, le journaliste qui se dit « *récidiviste réaliste, mais pas du tout suicidaire.* »²⁷⁰ est revenu à la charge avec le livre *Une démocratie prise en otage par ses élites, Essai politique sur la pratique de la démocratie au Sénégal*. Dans ce nouveau « brûlot », c'est l'élite sénégalaise qui est descendue en flamme, accusée de vouloir tuer la démocratie sénégalaise, au pire, ou de l'avoir prise en otage, au mieux. Expliquant le titre provocateur de son ouvrage, le journaliste de Sud Communication écrit « *La métaphore de la prise d'otage nous semble assez opératoire pour décrire la situation politique qui prévaut le pays.* »²⁷¹ En effet, c'est suite aux manques de réactions de l'opposition politique et de l'élite sénégalaise, en générale, quand le Président de la République a annoncé en conseil des ministres sa décision de faire don au gouvernement d'un montant de 6 milliards, que Coulibaly s'est décidé à écrire ce livre pour dénoncer le silence scandaleux de ces hommes et femmes sur qui pèse la charge première de contrôler et de censurer, au besoin, l'action du gouvernement. Car pour lui, ce mutisme est encore plus scandaleux que de voir un chef de l'Etat annoncer publiquement sa décision d'offrir un montant aussi énorme à son gouvernement. Le silence des élites est tout aussi coupable que complice. Mais au-delà de cette énième dérive du régime libéral, Abdou Latif Coulibaly s'intéresse plus généralement à la problématique de la conduite de la charge publique dans un système démocratique, par le pouvoir et le contrôle de celui-ci par l'opposition. La démocratie sénégalaise est sérieusement menacée, elle est prise en otage par ses élites.

D'abord les gouvernants, qui ont développé un système de prédation des deniers publics et de promotion de la corruption, basé sur une gestion clientéliste, népotique et autoritaire du pouvoir. Pour le journaliste, le scandale est devenu un instrument de la prise d'otage. Pour étayer sa thèse, il cite un article intitulé *Enquête sur un scandale*, de l'ancien journaliste de *Jeune Afrique*, Cheikh Yérém Seck : « *Telle une manne tombée du ciel, les biens des Ics ont été gérés comme une propriété privée, un grenier dans lequel on puise pour satisfaire les besoins personnels, et ceux des amis, des parents, des clans politiques (...). Alors que*

²⁶⁹ <https://rsf.org/fr/actualites/le-personnel-de-sud-fm-libere-la-radio-autorisee-reprendre-ses-emissions>, consulté le 23/03/2022.

²⁷⁰ Abdou Latif Coulibaly, *Une démocratie prise en otage par ses élites*, Sentinelles, Dakar.

²⁷¹ Ibidem.

*l'entreprise fonçait dans la banqueroute, le traitement de ses dirigeants ne cessait d'augmenter (...). Le directeur général a été généreux (...), deux enveloppes de 50 millions pour la primature et une autre de 50 millions pour la présidence... »*²⁷² Ces révélations montrent à quel point la prévarication est érigée en système de gouvernance.

Ensuite, il y a l'opposition, qu'elle soit parlementaire ou extraparlamentaire, du fait de l'entrisme, est aussi considérée comme faisant partie de ceux-là qui prennent en otage la démocratie sénégalaise. Le journaliste parle de « *complicité active de l'opposition dans la prise d'otage.* »

Enfin les intellectuels, la société civile, les journalistes et la classe maraboutique sont également pointés du doigt dans cette prise d'otage de la démocratie. Ils sont, d'une manière ou d'une autre, responsables du net recul de la démocratie constaté dans le pays. Même le sénégalais lambda, qui serait victime du syndrome de Stockholm est tout aussi responsable de la faillite de la démocratie sénégalaise.

Abdou Latif Coulibaly et Sud Communication ont véritablement joué le rôle de contre-pouvoir, essentiel dans une démocratie, même si cela leur a valu énormément de problèmes.

L'autre groupe de presse qui a eu maille à partir avec les autorités de l'alternance est Radio France Internationale (RFI). Le 7 octobre 2003 sa correspondante au Sénégal, Sophie Malibeaux est interpellée à Ziguinchor par des éléments de la Brigade Mobile de Sécurité (BMS) alors qu'elle était en train de couvrir les assises du MFDC. Transférée sous escorte à Dakar, elle est longuement interrogée au ministère de l'Intérieur avant de se faire notifier un arrêté d'expulsion. L'Etat du Sénégal reproche à la journaliste française « *d'avoir traité de façon « tendancieuse » la question délicate de la rébellion casamançaise et, ce faisant, « d'ingérence grave dans les affaires intérieures du Sénégal » et de « tentative de sabotage » contre le processus de paix. Plus précisément, on lui reproche d'avoir interviewé Alexandre Djiba, responsable d'une faction du mouvement indépendantiste hostile à l'abandon de la lutte armée.* »²⁷³ Après l'échec des négociations entre la direction de RFI et les autorités sénégalaises l'arrêté d'expulsion est exécuté le 24 octobre. Cette affaire a eu un fort retentissement au niveau national et international. Le Sénégal connu comme l'un des rares pays en Afrique au sud du Sahara où la liberté d'expression est garantie par la constitution, venait de prendre une décision qui renvoie à une tentative de museler la presse privée. Dans un communiqué conjoint l'Association de la presse étrangère au Sénégal (APES), le SYNPICS et l'UJAO- bureau Afrique, ont fermement condamnée la décision des autorités

²⁷² Ibidem.

²⁷³ Jean-François Havard, op.cit.

sénégalaises, en dénonçant « un acte qui confirme et fait monter d'un cran les légitimes inquiétudes concernant l'avenir de la presse et du droit d'expression dans un pays connu jusqu'ici pour son attachement aux valeurs de démocratie et de liberté, sous toutes ses formes. (...) Ces faits interviennent après de nombreux cas de harcèlements de journalistes sénégalais et quelques semaines après un communiqué du procureur général rappelant les nombreux délits de presse faisant des journalistes au Sénégal des femmes et des hommes en liberté provisoire avec des procédures n'offrant aucune garantie. »²⁷⁴ C'est en Août 2004 que RFI annonce la réouverture de son bureau au Sénégal avec un nouveau correspondant.

Le 9 juillet 2004, c'est au tour de Madiambal Diagne, directeur de publication du journal *Le Quotidien* d'être arrêté et placé en garde à vue. Il se voit alors notifié trois chefs d'inculpation, à savoir la diffusion de correspondances et de rapports secrets, la publication de fausses nouvelles et la propagation d'informations de nature à provoquer des troubles politiques graves et à jeter le discrédit sur les institutions (articles 255, 267, 363 et surtout 80 du code pénal).²⁷⁵ Ses déboires avec la justice sénégalaise font suite à la publication de deux articles dans *Le Quotidien*. Le premier, intitulé « *Inculpation pour corruption : le nouveau rapport qui enfonce Boubacar Camara* », traite d'informations relatives à une affaire pendante devant la justice et impliquant de hauts responsables de la direction des douanes. L'article s'est appuyé sur une lettre confidentielle adressée au Président de la République par le ministre des finances. Le deuxième, publié sous le titre « *Magistrature, ces bons juges que Wade ne veut pas* », s'était fondé sur un compte rendu du conseil supérieur de la magistrature qui laisse penser que certaines mutations de magistrats pouvaient être considérées comme des sanctions contre des juges, jugés trop indépendants. Refusant de révéler ses sources conformément à l'article 26 de la loi 96-04 du 2 février 1996²⁷⁶, M. Diagne est maintenu en détention et traduit devant les tribunaux. Cela a provoqué de nombreuses mobilisations de la part des hommes de média, des intellectuels et des politiques. Ainsi, le 12 juillet fut décrété journée sans presse par la quasi-totalité des journaux privés, les radios privées ont suspendu leurs programmes pour ne relayer que les informations sur l'évolution de l'« affaire Madiambal ». Le 17 juillet, le comité des intellectuels du Sénégal (CIS) organise une marche pour dénoncer l'acharnement de l'Etat sur les médias privés. Le 23 juillet, une autre marche de protestation avec la présence de leaders politiques de la mouvance présidentielle a été organisée pour

²⁷⁴ <https://ifex.org/fr/une-journaliste-interpellee-par-les-forces-de-lordre-et-menacee-dexpulsion/>

²⁷⁵ Jean-François Havard, op.cit.

²⁷⁶ « Le journaliste ou le technicien de la communication sociale a libre accès à toutes les sources d'informations non confidentielles et a le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique ».

maintenir la pression sur l'Etat et réclamer la libération du journaliste. Celle-ci interviendra finalement le 26 juillet.

D'autres entreprises de presse ont quant à elles subi des violences physiques et des destructions de matériels de la part de sbires réputés proches du régime libéral. Nous pouvons évoquer les cas des quotidiens L'AS et 24h Chrono qui ont été saccagés le 17 Août 2008 par une douzaine de nervis. Parmi les délinquants qui ont été identifiés et arrêtés figurent les gardes du corps et le chauffeur du ministre Farba Senghor, par ailleurs, chargé de la propagande du PDS. Cité par un des accusés comme le commanditaire de ces attaques, il sera limogé du gouvernement et mis à la disposition de la justice. Toutefois, bénéficiant d'un privilège de juridiction, le ministre ne sera jamais jugé par les tribunaux ordinaires et a pu échapper à la justice. Ses co-accusés seront jugés par le tribunal des flagrants délits de Dakar et condamnés le 11 septembre 2008 à des peines allant de 5 à 6 ans d'emprisonnement. Le 24 Avril 2009, ils verront leurs peines réduites à 3 ans par la cour d'appel de Dakar. Cependant, le même jour, à la surprise générale, le Président Abdoulaye Wade prit la décision de gracier tous les prévenus jugés dans cette affaire. Ce qui a renforcé le sentiment au sein de l'opinion que c'est l'Etat qui est derrière ces attaques.

Plusieurs cas isolés d'agression physique sur des journalistes ont été répertoriés durant les deux mandats du Président Abdoulaye Wade. On peut citer, entre autres, les exemples de Cheikh Dieng de Walfadjri, Moussa Diop de Sud Quotidien, El Malick Seck de Deuk bi ou Karim Diouf de la radio Oxy-Jeunes qui, pour avoir couvert l'actualité d'hommes politiques liés au pouvoir, ont été pris à partie violemment par des nervis et militants zélés du Parti démocratique sénégalais (PDS), le parti du président Wade. D'autres, comme Babacar Ndiaye, de l'Agence de presse sénégalaise (APS), Libasse Ndiaye, caméraman d'African Television News (ATN), El Hadj Ibrahima Fall d'Info 7, Fanta Badji et Cira Konaté de la radio Manoré FM, ont été victimes de brutalités de la part des forces de l'ordre. (F. Havard)

Sentant que les médias privés étaient en phase de remporter la bataille de l'opinion, l'Etat décide de passer à la contre-offensive. La stratégie consiste d'abord à attaquer la presse privée sur la qualité douteuse de ses ressources humaines et ensuite, mettre en place un certain nombre d'organes de presse pro-gouvernementaux pour contrebalancer les critiques. L'objectif était de décrédibiliser les médias privés devant l'opinion et les rendre moins audibles pour amoindrir leur influence, surtout en direction des élections présidentielles de 2007. Le propagandiste en chef des libéraux, Farba Senghor sonne la mobilisation et tient des conférences de presse, appelant à asphyxier financièrement les médias hostiles. Mais, les premières salves de critiques viennent du chef de l'Etat, par ailleurs secrétaire général du

PDS. Dans son livre entretien évoqué plus haut, Wade déclare regretter de n'avoir pas « pris le soin d'insister sur les qualités professionnelles et morales requises et sur la nécessité d'avoir des diplômes et une formation pour exercer le métier de journaliste. Résultat final, il y a trop de journaux écrits dans un français approximatif, qui ne vivent que de gros titres souvent commandités. »²⁷⁷ La question de la formation semble être le talon d'Achille des médias privés. Beaucoup de journalistes n'ont pas fréquenté une école de journalisme et certains n'ont même pas eu le baccalauréat. Ce manque de formation est à l'origine de plusieurs dérives notées dans le traitement de l'information. L'éthique et la déontologie sont des principes méconnus de ces pseudos journalistes, poussés vers le journalisme pour sortir de l'oisiveté et en quête d'un mieux-être. Les propos de l'ancien directeur de publication de Walfadjri, Abdourahmane Camara et ceux de Mame Less Camara, rapportés par M. Barry confirment cette thèse. « Pour le directeur de publication de Wal Fadjri, ce n'est pas seulement l'absence de formation en journalisme qui est en cause, mais c'est surtout « le niveau intellectuel et académique et la culture générale ». « Le problème au Sénégal, c'est que les journalistes écrivent mal le français. Ils prennent trop de liberté avec la langue parce que, justement, ils n'ont pas le niveau intellectuel et académique qu'il faut pour pouvoir bien maîtriser la langue ».²⁷⁸ Et Mame Less Camara de renchérir : « Jusqu'ici, on ne disait que du bien des journalistes. (...) Abdoulaye Wade, en relativisant notre position, nous ramène à la réalité des choses c'est-à-dire que nous parlons de tout ; nous n'avons pas compétence en tout ; nous nous lançons dans des confusions de rôle au moment où nous devons donner la parole aux experts qui peuvent parler es-qualité des choses parfois extrêmement sensibles et pointues. »²⁷⁹ Il faut noter qu'avec la multiplication des organes de presse depuis l'an 2000 beaucoup de jeunes désœuvrés sont entrés par effraction dans le monde des médias. Cette corporation se voit ainsi gangrénée par des journalistes qui se servent de leur plume ou de leur voix comme arme de dissuasion et quelquefois pour attaquer directement des personnalités dans leur dignité et leur honorabilité. Il y aussi des journalistes chasseurs de primes qui écrivent des articles sur commande, monnayés par de fortes sommes d'argent. On peut également citer les journalistes « crieurs publics » qui à travers la revue de presse décident d'insister ou d'ignorer tels ou tels faits, selon qu'ils soient proches ou contre les auteurs des faits relatés dans les journaux. Il y a également cette race de journalistes « griot » qui, dans le bulletin d'information de 07h tressent des lauriers à une autorité et viennent à 10h dans son

²⁷⁷ Abdoulaye Wade, op.cit., p.300

²⁷⁸ M. Barry, op.cit.

²⁷⁹ Ibidem.

bureau pour toucher une récompense. Nous pouvons ici citer plusieurs faits gravissimes commis par des journalistes dans l'exercice de leur profession. Par exemple, El Malick Seck avait accusé le Président Wade d'avoir blanchi de l'argent volé à la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest, sans être capable d'apporter la moindre preuve de ses accusations. Il fut condamné par les tribunaux avant d'être gracié. Il y a l'affaire Karim Wade, quand le quotidien L'Observateur révélait dans un article que le fils du Président avait été interpellé à l'aéroport Charles De Gaulle avec en sa possession 46 milliards de dollars, sans que la petite preuve ne fût apportée. Les principaux témoins cités dans cette affaire avaient tous par écrit, démenti les faits allégués. Mame Less Camara, dépité, eut ce commentaire à propos de cette affaire : « *quand la BCEAO (Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest) vous dit que 46 milliards en coupures de billets de dix mille francs CFA, c'est le volume d'un conteneur, évidemment, c'est ce genre de situation où tu te dis : "Bon Dieu, le journaliste s'est laissé aller et on a honte, nous tous, qu'on se fasse moucher de cette façon* »²⁸⁰. Au demeurant, il n'est pas excessif d'affirmer que beaucoup de journalistes des médias privés étaient engagés dans un combat contre Wade et sa famille, laissant de côté les principes élémentaires de neutralité et de traitement impartial de l'information. Le journaliste Karim Fall, dénonçant cet acharnement écrit « *Abdoulaye Wade était accusé pêle-mêle par ses contempteurs de mal gouvernance, de corruption, et traiter de « chef de bande » (...) Abdoulaye Wade apparaissait comme un « fossoyeur de la démocratie » et ses collaborateurs assimilés à une mafia. (...) La virulence des attaques souvent personnelles furent telles que l'on se demandait s'il s'agissait d'une presse libre, indépendante ou de dazibaos émanant d'opposants clandestins auxquels les médias ouvraient leurs antennes et leurs colonnes. Rien de ce que pouvait faire ou dire Abdoulaye Wade, ne trouvait grâce aux yeux de ces journalistes politiques...* »²⁸¹ Le Président de la République et les membres de son gouvernement sont la cible. Face à ses attaques, les unes plus virulentes que les autres, les membres de la majorité présidentielle décidèrent d'apporter la réplique. Le Pr Iba Der Thiam, coordonnateur de la CAP 21 (coalition de partis regroupant les alliés du PDS) signe dans Le Soleil du 08 Août 2009 un éditorial salé, intitulé : *L'émergence d'un journalisme-voyou menace nos libertés*, dans lequel il dézingue sans prendre de gants cette presse partisane toujours prompte à décocher des flèches sur le régime. Justifiant son propos, il souligne d'emblée que face aux attaques dont ils sont victimes, « *se taire serait preuve de démission et pourquoi, ne pas le dire, de lâcheté* »²⁸² poursuivant sa

²⁸⁰ Ibidem.

²⁸¹ K. Fall, op.cit. p, 53

²⁸² Iba Der Thiam – L'émergence d'un journalisme-voyou menace nos libertés, Le Soleil, édition du 8 août 2009

diatribe, le professeur agrégé d'histoire d'enchaîner « *Il y a des situations qu'on ne voit que chez nous, où, des individus sans formation aucune, entrés par effraction dans une profession de grands seigneurs, passent leur temps à se livrer à des exercices de grossièreté et de méchanceté gratuite d'une fatuité renversante. Ils n'ont d'autres ambitions que de blesser et de faire mal. Ils ne connaissent pas l'intérêt de leur peuple, ni celui des populations. Ils se moquent éperdument des droits sacrés de la personne humaine* »²⁸³ Poussant la critique encore plus loin, l'universitaire d'affirmer qu'en « *donneurs de leçons, aux idées courtes et à la pensée confuse, ces individus-là sont pires pour notre société, que les forces obscures qui l'enchaînent, encore, au char de l'immobilisme et de la régression. Pour donner des leçons aux autres, il faut, au moins, essayer, d'abord, d'être un modèle* »²⁸⁴ Tout comme Karim Fall, Iba D. Thiam est d'avis que ces personnes qui se disent journaliste d'investigation et dont le passe-temps favori est la révélation de scandales qui n'existent que dans leur tête, sont imbus d'eux même, cultivent leur égo, « *s'illusionnent douloureusement sur leurs modestes capacités, débitent, à longueur de colonnes, des jugements qui varient selon la générosité de la cible visée, comme une girouette girant au vent de ses intérêts* ». ²⁸⁵ Malgré ce sévère réquisitoire, l'historien reconnaît néanmoins l'existence de journalistes vertueux, dont l'éthique et la déontologie constituent les deux principes qui guident leurs actions.

Les rapports entre le Président Wade et les médias privés étaient si exécrables qu'au lendemain de sa victoire en 2007, il déclare publiquement que sa victoire était une victoire contre la presse. Mais paradoxalement, c'est sous Wade que les organes de presse se sont considérablement multipliés. Il a accordé plusieurs fréquences de radio et beaucoup de licences de télévision. De façon globale, nous pouvons affirmer que les rapports entre le Président Wade et les médias privés sont ambivalents. Il est sans conteste, celui qui a le plus fait pour l'émergence d'une presse privée et dynamique. Mais, c'est sous son règne que les médias privés ont subi toutes sortes de brimades et d'exactions.

Qu'en est-il des relations entre le Président Wade et les médias du secteur public ?

Section : II- Les médias du secteur public sous Abdoulaye Wade : un projet de réformes mort-nées.

Abdoulaye Wade arrive au pouvoir avec la volonté de faire de la télévision nationale un média au service du public. C'est-à-dire un média au service de la population en garantissant l'égal accès à tous et en produisant des programmes d'information, d'éducation et de

²⁸³ Ibidem.

²⁸⁴ Ibidem.

²⁸⁵ Ibidem.

divertissement continu et évolutifs revêtant un intérêt général (Faye). Pour ce faire, il décide de la mise en place d'une commission chargée de réfléchir sur les réformes en profondeur à apporter au statut et au fonctionnement de l'audiovisuel public. En effet, la RTS (Radiodiffusion Télévision sénégalaise) a été créée et organisée par la loi du 6 janvier 1992, mais elle a hérité en fait des structures de l'ORTS (Office de radio et télévision du Sénégal), établissement public qui avait été fondé par la loi du 4 décembre 1973. La RTS est une société nationale dont l'objet est l'exploitation et le développement du service public de la radio-télévision. En principe, elle est administrée par un conseil d'administration au sein duquel siègent des représentants de différents ministères, un représentant de la présidence de la république et un représentant de la primature. En réalité, la société est gérée par un directeur général, nommé par le Président de la République et placé sous la tutelle du ministère de la communication. C'est lui l'homme fort du système, qui occupe en même temps un poste très exposé et dont les titulaires ont valsé au gré des exigences politiques. Ce cadre juridique expose le DG et les agents de la RTS aux désidératas de la présidence de la république.

La commission de réforme de l'audiovisuel, composée d'experts de la société civile et du monde des médias devait à l'issue de ses travaux doter le gouvernement d'une véritable politique de démocratisation et de modernisation du secteur. Selon le Pr Mor Faye, le groupe d'experts avait posé deux conditions sur la table du président de la République pour mener sans aucune entrave ses travaux. La première : prise d'un décret créant une mission de telle sorte que toutes les portes de l'appareil d'État lui soient ouvertes, pour recueillir les avis et collecter les documents nécessaires en rapport avec le secteur des médias. La deuxième : permettre au groupe de réfléchir de façon autonome afin de produire un rapport que le gouvernement pourrait par la suite accepter ou rejeter partiellement ou totalement. Ce décret ne fut jamais pris, mais cela n'entame en rien à la détermination des experts de travailler à l'édification d'un audio-visuel démocratique et moderne. Après plusieurs réunions à l'interne, avec le gouvernement et avec certains acteurs des médias, il a été décidé de procéder à un diagnostic des maux dont souffre la presse dans sa globalité. Selon Bouna Manel Fall (membre du groupe d'experts), repris par Mor Faye, le groupe d'experts devait également revisiter les rôles, statuts et missions du secteur public et du secteur privé des médias, en mettant l'accent sur les notions de service public et les missions d'intérêt général, le respect et la sauvegarde de l'identité nationale, le statut des émissions religieuses. Il était aussi dans les missions du groupe de faire un état des lieux du cadre juridique de la RTS et du statut de ses agents, afin de repenser la législation audiovisuelle nationale (Mor Faye). Au moment où la mayonnaise semble prendre, quelques coups durs viennent entamer la dynamique de travail

des experts. D'abord il y a les défections non justifiées d'éminents membres en l'occurrence le journaliste Abdou Latif Coulibaly et la sociologue Dr Fatou Sow Sarr. Ensuite, il y a le refus du Syndicat des professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal (SYNPICS) de recevoir le groupe d'experts au motif que ce dernier aurait dû l'impliquer en tant que membre à part entière. Malgré tout et en dépit de tous les écueils, les experts réussissent à faire parvenir au chef de l'Etat un rapport provisoire intitulé : « *Propositions sur les justifications, la mission et les termes de référence d'un groupe de travail sur l'audiovisuel* » (M. Faye). Pour la partie concernant la télévision, les recommandations suivantes ont été faites :

- la restructuration du Haut Conseil de l'Audiovisuel ;
- la libéralisation de l'information ;
- la réforme du secteur public ;
- l'étude du public et de ses aspirations par le biais d'une télémétrie ;
- la restructuration de la programmation...²⁸⁶

Mais contre toute attente et au moment où le groupe d'experts attendait les observations de la présidence pour ensuite déposer le rapport final, le Président Wade nomme en Mars 2001 Mactar Silla, par ailleurs membre du groupe d'experts à la direction générale de la RTS. A la suite de cette nomination les experts ont décidé d'arrêter leurs travaux, considérant que le président Wade avait déjà choisi sa propre voie pour la refondation de l'audiovisuel public. L'arrivée de Mactar Silla à la RTS constitue un grand moment de l'audiovisuel public eu égard à la dimension et à la carrière de l'homme. Sa nomination a suscité l'espoir de voir enfin au Sénégal un audiovisuel public libre, affranchi des liens de domination et de subordination vis-à-vis de l'Etat. Le nouveau DG de la RTS n'appartient à aucun bord politique et devrait par conséquent avoir les coudées franches pour mener à bien son travail de construction d'un audiovisuel au service du public. Quelques semaines après son installation, les téléspectateurs ont pu remarquer un changement radical de la charte graphique de la RTS avec de nouvelles couleurs plus attrayantes. Le nouveau slogan « *le public notre raison d'être* » sera la boussole qui va désormais orienter la nouvelle démarche de la RTS. Le fond, pour ne pas dire le contenu, va également connaître un changement radical qui tranche nettement d'avec ce que les sénégalais ont connu durant les 40 ans de règne socialiste. On se rappelle encore des longs communiqués du bureau politique du PS diffusés à la RTS dans le journal de 20h. Comme nous l'avons précédemment souligné les médias publics sénégalais

²⁸⁶ Mor Faye, op.cit.

« n'avaient d'yeux et d'oreilles » que pour la formation socialiste et son gouvernement. Mactar Silla va se donner pour mission principale la démocratisation de l'accès à la radio et à la télévision nationale. Le premier acte d'une ligne éditoriale newlook de la RTS est constitué par la couverture des activités politiques du PS et de l'AFP, principaux partis d'opposition, durant lesquelles ils fustigent la politique agricole du régime libéral. Fait impensable naguère, la RTS effectua un reportage confirmant les allégations faites par l'opposition, après les démenties du gouvernement. On pouvait voir à la télévision nationale des paysans désemparés qui détenaient par devers eux des bons impayés de livraison d'arachides. En outre, la RTS sous Mactar Silla refusait quelques fois de couvrir certaines manifestations politiques organisées par les nouvelles autorités, si la direction les jugeait impertinentes à l'information des sénégalais. Cette liberté de ton était inacceptable pour le régime de Wade, qui prit alors la décision de limoger M. Silla le 28 Août 2002. Cet acte pris par le Président de la République suscita un certain nombre d'interrogations chez Vieux Savane, journaliste à Sud Quotidien :

« Comment peut-on d'ailleurs reprocher à des journalistes de faire des reportages qui montrent des terres asséchées, craquelées, assoiffées ? Comment reprocher que l'on montre des paysans grugés qui exhibent des bons impayés, des vaches faméliques, des mendiants qui s'agglutinent aux coins des feux rouges, du moment que ce sont les faits. Ils rendent compte de réalités quotidiennes, que nous côtoyons tous les jours. Et elles sont incontournables. A défaut de les montrer, faudrait-il alors, tout professionnalisme piétiné, braquer résolument la caméra du côté du palais de la république et nous abreuver d'audiences, meubler notre imaginaire de projets qui se télescopent, rendre compte des allers et retours des ministres ? Faudrait-il boycotter tout ce qui fait désordre, en lui réservant la portion congrue ? Un manteau de silence va-t-il alors revêtir les manifestations des partis politiques, des syndicats, de la société civile ? Ainsi on ne parlera ni de corruption, ni des autres travers qui gangrènent la société sénégalaise. Il y a comme une invite à taire les dysfonctionnements, comme un appel à la laudation »²⁸⁷. Au même moment, c'est autour de Chérif El Walid Seye, conseiller en communication du Président de la République et acteur de la réforme des médias de passer à la trappe. Il sera remercié et remplacé par Babacar Diagne, ancien DG de la RTS. Avec ces deux limogeages, la réforme de l'audiovisuel public venait de rendre son dernier souffle. Dans un entretien accordé au journaliste Issa Thioro Gueye le désormais ex-DG de la RTS est revenu sur les circonstances de son limogeage avec quelques révélations : *« j'avais la forte conviction, connaissant le Président Wade, ses convictions en matière de démocratie et*

²⁸⁷ Savané (Vieux) Sud quotidien du 30 août 2002.

de liberté d'expression, que nous allions passer d'une radio-tv d'Etat à une radio-tv de service public. Je n'ai jamais utilisé pendant mon mandat le terme de radiodiffusion-TV d'Etat par philosophie, conviction et ligne de conduite... Issa, si tu as bonne mémoire, beaucoup sinon les plus importantes déclarations du président Wade, alors dans l'opposition, se faisaient sur TV5, du temps où j'y étais. Fidèle à ma conviction que seul le professionnalisme devait prévaloir et malgré ma proximité et l'affection profonde qui existait et qui existe encore entre le président Diouf et moi, je n'ai jamais pensé un seul instant à empêcher un passage à l'antenne de Me Wade. J'estime que le service public, notre métier, exige un traitement équitable de tous les acteurs, leur libre expression.

C'est cela la signification du slogan « le public notre raison d'être » que nous nous devons de traduire à l'antenne et qui est un slogan que toute radio ou télévision de service public consciente de sa mission, peut et doit s'approprier. De nombreux exemples existent qui montrent la métamorphose de la place et du traitement dans les médias de service public selon qu'ai rejoint la majorité le pouvoir en place ou qu'on reste dans l'opposition. Tel leader est à l'antenne ou en disparaît, non par la pertinence de son message, son patriotisme, sa capacité à critiquer utilement et à aider ainsi à l'avancée du pays, mais par sa capacité de métamorphose ou d'être phagocyté, de transhumance (vocal propre au landerneau politique local).

Lorsque j'étais à TV5, beaucoup de gens me reprochaient à l'époque, de façon ouverte ou voilée, souvent insidieuse, d'offrir une tribune à un opposant de mon pays. Le président Diouf pas une seule fois n'en a fait mention au cours des multiples audiences qu'il m'a accordées à Dakar ou à Paris. En répondant à l'appel du devoir national, je me disais que le président voulait, à quelques jours des élections, donner une prime au professionnalisme, au-delà de toute considération politique, en nommant comme cela lui a été souvent reproché ou insinué, un non militant. Je me disais que me connaissant, m'ayant pratiqué, il comprendrait aisément que le professionnel que je suis ne pouvait que rester tel qu'il est et qu'en tout état de cause, je m'emploierais à inscrire l'audiovisuel sénégalais dans le gotha africain, en lettre d'or, fort des acquis à mettre sur le compte de tous ceux qui, à diverses étapes, les ont bâtis, d'une vision et de valeurs personnelles, d'une stratégie absolument claire pour y arriver.

Je pense très sincèrement que c'était sa volonté de départ d'assurer un développement qualitatif de la RTS, son rayonnement en me soutenant très fortement par exemple par exemple sur les questions des chants religieux, le relèvement du niveau d'encadrement, l'appui très fort aux divers projets. La suppression du ministère de la communication était

également un signe, à mon avis, de la volonté de décroiser le service public, d'ôter une tutelle pesante mais aussi d'aller vers une autorité de régulation aux pouvoirs renforcés.

Mais certains ont pensé que j'étais trop indépendant, que je n'étais pas un béni-oui-oui qu'on manipule et mène par le bout du nez ou qui, pour la préservation de son poste, était prêt à se courber ou à se transformer en courtisant de gens non-détenteur du suffrage universel. Beaucoup d'histoires ont été racontées au Président de manière régulière avec des interpellations et convocations tout aussi régulières, souvent en présence du premier ministre, Mme Madior Boye, ou du conseiller en communication et président du conseil d'administration de la RTS, Chérif El Walid Seye et la dernière en présence de Mme Gnagna Sidibé Diagne, alors directrice de l'information et des sports de la RTS. De fil en aiguilles, les « demandes et pression de mise à l'écart » ont dû faire leur effet »²⁸⁸ Les changements tant attendus dans le secteur de l'audiovisuel public n'auront duré que le temps d'une rose.

Silla fut remplacé par Abdou Khoudoss Niang, un administrateur civil dont la mission était de cheviller l'action de la RTS à la politique du gouvernement de Wade. Ce dernier est relevé de ses fonctions en 2005 et remplacé par Daouda Ndiaye, journaliste de la RTS qui sera à son tour limogé en 2006. Il sera remplacé par l'ancien DG sous le régime de Diouf, devenu conseiller en communication du Président de la République, Babacar Diagne. Sa nomination consacre définitivement le retour de la RTS à son rôle d'outil de propagande au service du pouvoir. Avec cette nouvelle trajectoire, c'est l'espoir de tout un peuple de voir les médias d'Etat au service du public qui s'effondre comme un château de cartes. Les nouvelles autorités politiques ont décidé de reconduire les pratiques qu'ils ont dénoncées, combattues et dont elles ont été victimes. Se posent alors, naturellement moult questions sur le revirement spectaculaire du Président Wade, a-t-il été rattrapé par la real politique ? Avait-il besoin, vu le contexte politico-médiatique, d'avoir la RTS comme arme de combat politique et outil de réalisation de desseins politiques ? Quand il arrive au pouvoir en 2000 après 25 ans de lutte dans l'opposition, Abdoulaye Wade bénéficie d'un état de grâce jusqu'en 2002. La population dans son ensemble répétait frénétiquement telle une chanson populaire : « bayilén gorgui mou liguéy », laissez le vieux travailler. La presse privée généralement très critique à l'égard du pouvoir en place avait elle aussi accordé une période de grâce à l'opposant devenu Président. Mais après deux ans d'exercice du pouvoir politique suprême, Me Wade se rend compte de la complexité de la réalité politique du Sénégal et de la nécessité de reprendre la main sur les médias du secteur public, particulièrement la télévision. Les populations sénégalaises très

²⁸⁸ I. Th. GUEYE, *Les médias sous contrôle*, L'Harmattan, 2006,

exigeantes s'impatientsaient et réclamaient la réalisation des promesses faites durant la campagne électorale. Confrontés aux affres des inondations, de la cherté de la vie, du chômage des jeunes, des coupures intempestives d'électricité, les sénégalais ont perdu espoir et les critiques pleuvaient de partout sur le régime libéral. Certains commençaient à regretter les socialistes. Les sénégalais étaient aussi dépités par le train de vie des nouveaux gouvernants et les scandales de corruption qui foisonnaient. Sous Wade, un chômeur devient milliardaire en seulement quelques années à la tête d'un département ministériel et ou d'une société nationale. La presse privée de son côté a rompu le pacte tacite de non-agression avec le pouvoir et les critiques devenaient de plus en plus acerbes. Des sommités du journalisme faisaient paraître des brûlots pour descendre en flamme le régime de Wade. Pris dans ce tourbillon politique, social et médiatique, le Président, bête politique, selon certains, a senti plus que jamais la nécessité de faire des médias d'Etat un rempart face aux attaques qui venaient désormais de partout. Sa volonté de re-domestication l'audiovisuel public est naturellement contraire aux règles qui régissent le service public. Sous Babacar Diagne la RTS allait devenir un outil de propagande exclusivement au service de Wade et de son régime. Car 2006 était une année pré-électorale, le Président avait déjà les yeux tournés vers les élections présidentielles qui doivent se tenir l'année suivante. A la quête d'un second mandat, Gorgui avait plus que jamais besoin de mettre à la tête de la RTS un homme du sérail, rompu aux tâches propagandistes étatiques. Les opposants avaient disparu des écrans de la télévision nationale comme par enchantement. Même Idrissa Seck, qui naguère fut le directeur de campagne de l'opposant devenu Président, directeur de cabinet du Président de la République, et Premier Ministre était interdit de caméra de la RTS suite après à sa rupture avec son père politique. Babacar Diagne va mobiliser toutes les ressources possibles pour montrer au petit écran et faire entendre à travers les ondes de la radio les réalisations du chef de l'Etat et de son gouvernement. C'est ainsi que le concept « wedi guiss bokou ci » (on ne peut pas nier ce qu'on voit) devint une partie intégrante du journal télévisé de 20h. D'après le professeur Adolphe Dansou, cité par Mor Faye *« Une fois le décor planté, les nombreux génériques ouvrant la grande édition de vingt heures se succèdent sur l'écran de la télévision nationale, exposant les grands chantiers au nombre de près de cent trente-sept (les palais de justice, les espaces jeunes, les nouveaux lycées, les centres départementaux de formation des femmes, la corniche, le nouvel aéroport, la case des tout-petits...) que l'on voit défiler sur les écrans à longueur de journée. Cette même stratégie sera poursuivie sur le terrain par l'ensemble des membres de l'équipe gouvernementale au cours de leurs nombreux déplacements sur le terrain pour vendre les nombreuses réalisations du président de la*

république aux populations. Ainsi sont progressivement promus en critères d'évaluation, la stature internationale du président de la république, son image de grand bâtisseur, d'homme de paix (par exemple dans la question casamançaise) et de rassembleur de tous les fils du pays. »²⁸⁹ La RTS était de plain-pied dans la pré-campagne pour la réélection du Président sortant, candidat à sa réélection. Les opposants au régime privés de temps d'antenne n'avaient d'autre choix que de se tourner vers les médias privés pour battre campagne et dénigrer le régime de l'alternance. A peine réélu pour un deuxième mandat, Wade doit faire face à de grands bouleversements sociaux, économiques et politiques. Comme nous l'avons déjà évoqué, des révoltes ont éclaté un peu partout au Sénégal quelques mois seulement après la présidentielle. De la jacquerie des jeunes de Kédougou à la révolte des marchands ambulants, en passant par la marche des femmes du Front Siggil Sénégal, pour ne citer que ceux-là, la tension sociale était à son paroxysme. Sur le plan économique, la flambée des prix des denrées de premières nécessité et les coupures récurrentes d'électricité ont fini d'obscurcir le tableau économique du Sénégal. Au niveau politique, le PDS était miné par des luttes fratricides pour la succession du patriarche entre le fils biologique et les fils politiques. Le premier à faire les frais de cette guerre des tranchées est Macky Sall, ancien Premier Ministre, ancien directeur de campagne et Président de l'assemblée nationale. Après avoir, en tant que Premier Ministre fait sortir de terre les premières réalisations de Wade et mené avec brio une campagne électorale qui a permis à son mentor de passer au premier tour, Macky est sorti du gouvernement pour occuper le perchoir de l'assemblée nationale. Cette décision du Président est perçue par bon nombre de sénégalais comme une sanction ou tout au moins comme une volonté de l'écarter de la gestion des affaires. Mais les relations entre Abdoulaye Wade et Macky Sall vont définitivement se détériorer quand ce dernier a convoqué au parlement le ministre chargé de l'organisation du sommet l'OCI et non moins fils du Président de la République, Karim Wade, aux fins de l'entendre sur l'organisation dudit sommet. Pour Wade, c'est un crime de lèse-majesté qui ne vise ni plus ni moins qu'à l'humilier par le raccourci de son fils. Pour Macky Sall, la convocation de Karim était une façon de lui tendre la perche pour qu'il vienne s'expliquer devant les élus du peuple et ainsi, battre en brèche toutes les accusations de malversation et de mauvaise gestion dont lui et son équipe étaient accusés par une bonne partie de la presse privée et de l'opinion. Selon DAKARACTU.COM : « *Karim Wade était comme une pirogue qui tanguait au milieu d'un océan en furie. Macky Sall n'avait, ne voulait pas le laisser se noyer. C'est ainsi, nous révèlent les câbles de Wikileaks,*

²⁸⁹ M. FAYE, op.cit.

que celui qui présidait à l'époque l'Assemblée nationale a convoqué le président du conseil de surveillance de l'ANOCI pour le sortir de l'ornière. Mais hélas, les interprétations et autres commentaires de la haute hiérarchie du PDS ont soupçonné une machination pour jeter le fils du président en pâture. Or il n'en était rien. »²⁹⁰ Malgré les médiations et tentatives de rapprocher les deux camps, le Président de l'Assemblée nationale fut poussé à la sortie par ses frères libéraux sous la houlette de Doudou Wade, président du groupe parlementaire de la majorité. Le règlement intérieur fut changé et le mandat du Président est passé de 5 à 1 an. Face à cet acharnement dont il est victime et qui semble être cautionné par Wade himself, Macky retourne au PDS son mandat de député, démissionne de tous les postes électifs acquis sous la bannière de ce parti politique et trace sa voie en créant son parti, l'APR le 1^{er} décembre 2008. Avec ce départ, c'est un pan entier de l'électorat du PDS qui risque de migrer vers l'APR. Car Macky est un halpoular qui est né et qui a fait ses humanités en terre sérère, il bénéficie à ce titre d'une base politique affective au Fouta et dans le Sine-Saloum. Devenu opposant au régime, Macky dira plus tard que la convocation de Karim Wade à l'Assemblée nationale obéissait aux règles de bonne gouvernance. Au niveau nationale, l'opposition dite significative absente de l'hémicycle pour avoir boycotté les élections législatives s'est réunie dans la coalition Benno Siggil Sénégal pour faire face à Wade. Cette opposition va organiser en collaboration avec plusieurs organisations de la société civile les assises nationales sous la houlette du doyen Amadou Mactar Mbow. Ces consultations ont vu la participation de toutes les franges de la société sénégalaise. Malgré son cachet populaire, la RTS n'a pas jugé pertinent de couvrir l'événement pour l'information des sénégalais. Le premier revers politique de Wade intervient lors des élections locales de 2009 quand presque toutes les grandes villes tombent dans l'escarcelle de l'opposition. Le pouvoir de Wade dû aussi faire face à une mobilisation nationale et internationale des partis d'opposition et des organisations de la société civile contre la troisième candidature du locataire du palais de l'avenue Roume. Last but not least, les rumeurs d'une prétendue dévolution monarchique du pouvoir savamment entretenues par une certaine presse ont contribué à détériorer les relations entre Wade et les sénégalais. Avec ces nombreux fronts ouverts le Président de la République a accentué sa mainmise sur l'audiovisuel public. La grille des programmes de la télévision nationale est principalement constituée de publireportages sur les réalisations du régime, diffusés aux heures de grandes audiences. Le ministre du ciel et de la terre, sobriquet donné à Karim Wade par le doyen Babacar Justin Ndiaye, était la Guest star des programmes du soir à

²⁹⁰ V. https://www.dakaractu.com/Macky-Sall-a-avoue-avoir-fait-une-gaffe-politique-en-convoquant-Karim-Wade-devant-l-Assemblee-Nationale_a2559.html, consulté le 08/03/2022

la télévision publique. On se rappelle encore cette scène quand le Président, visitant des chantiers, eut ces propos à l'endroit de son fils de ministre : « *je dirai à ta maman, que tu as bien travaillé* ». Wade était décidé contre vents et marées à se présenter une troisième fois à l'élection présidentielle. En outre, toutes les responsabilités qu'il avait confiées à son fils laissaient penser à un projet de dévolution monarchique en préparation. Les violentes manifestations qui ont émaillé le deuxième mandat du Président ont conduit à une guerre des images entre la télévision nationale et les télévisions privées. Quand les dernières tournent en boucle des images des violences consécutives aux jacqueries, la première déroule une publicité politique axée sur Abdoulaye Wade, sur ses réalisations, sur sa posture internationale et sur sa famille. De société nationale de gestion de l'audiovisuel public, la RTS s'est transformée en agence de communication politique pour le candidat Wade. Ce qui a valu à Babacar Diagne les mises en garde publics du candidat Macky SALL contre toutes tentatives de publication de résultats préfabriqués. Cette posture partisane a prévalu à la RTS jusqu'à la chute d'Abdoulaye Wade en 2012. Avec l'élection de Macky SALL à la magistrature suprême, va-t-on assister à un changement radical de paradigmes pour instaurer un audiovisuel au service du public ? La RTS semble avoir donné un début de réponse à notre interrogation en publiant au soir de la victoire de Macky Sall un reportage sur sa vie, son enfance à Fatick et sur ses parents. Elle semble prête à opérer sa mue, à se mettre exclusivement au service de Macky Sall et de son pouvoir naissant.

A côté de la télévision, la radio joue un rôle très important dans le dispositif de la RTS. Mais son influence sur le plan politique n'est pas comparable à celle de la télévision, car elle est fortement concurrencée par une multitude de radios privées, depuis 1994. Cependant les autorités politiques ont fait d'énormes efforts pour couvrir la quasi-totalité du territoire nationale en installant des stations régionales dans presque toutes les régions du pays. La radio publique est dirigée par un directeur, qui dépend du DG de la RTS. Malgré ce lien hiérarchique, la radio publique échappe en grande partie aux accusations de sujétion politique et reste un média respecté.

Pour ce qui concerne le quotidien national *Le Soleil*, les relations avec le pouvoir de l'alternance étaient assez tendues au début. Le professeur Moustapha Samb, Maître de conférences au CESTI/UCAD nous rappelle qu'en 2000, la doyenne de la presse sénégalaise en l'occurrence *Le Soleil* avait clairement exprimé son soutien au candidat Président, Abdou Diouf. Lors d'un séminaire tenu à la veille des élections, la direction du journal avait décidé d'envoyer deux équipes de reporters, l'une pour suivre le Président sortant, l'autre son premier ministre, parce que, selon elle, le candidat Diouf avait un bilan à défendre face à une

kyrielle d'opposants. Les autres candidats ne pouvaient pas jouir de ce privilège. D'après M. Samb : « *D'un commun accord, les dirigeants du soleil prennent le pari de jouer à fond la carte du soutien à Diouf au point d'exercer un contrôle politique sur le journal.* »²⁹¹ S'ensuivirent des articles et éditoriaux dithyrambiques en faveur du régime sortant. Après la perte du pouvoir par les socialistes, l'astre de Hann a déployé ses rayons sur les nouvelles autorités pour rendre visible et vulgariser leurs activités. Il s'emploie désormais à un traitement plus équilibré de l'information politique. Mais cette opération de charme ne fit pas l'effet escompté auprès du Président Wade, car ce dernier avait encore à l'esprit la discrimination dont il fut victime de la part du journal. Le nouveau Président n'avait aucune sympathie à l'endroit de ce média qui l'a combattu avec férocité et inélégance. Son antipathie pour *Le Soleil* l'a poussé à vouloir le supprimer ou le suspendre. Si l'astre de Hann continue encore à briller de mille feux, il le doit à la mobilisation des professionnels de l'information et de la communication et à une partie de l'opinion qui se sont mobilisés en sa faveur. Cependant, en dépit de cette situation d'incertitude, la nouvelle équipe dirigeante décida de changer radicalement de cap. La charte graphique du journal a été revisitée, il est tiré désormais en couleur et le contenu traduit nettement une volonté de l'organe d'être un média au service du public. Sur le plan politique, le quotidien national compte dorénavant être à équidistance des différentes chapelles politiques. Toutefois, comme l'a souligné M. Samb, les mêmes causes produisant les mêmes effets, il est à craindre, de nouveau, un accaparement du journal par le parti ou les partis au pouvoir, car le DG est toujours nommé sur proposition des autorités publiques et révoqué sur leurs instructions. Il n'existe pas encore un cadre juridique ou institutionnel permettant aux médias publics de sauvegarder leur liberté de ton. Ces craintes vont malheureusement se vérifier, nous le verrons, sous Macky SALL.

²⁹¹ M. SAMB, « Les Médias Sénégalais à l'épreuve des élections de 2000 : L'exemple du Soleil et des autres médias privés », consulté le 15/02/2022.

CHAPITRE II : LES MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT MACKY SALL.

Macky SALL arrive au pouvoir dans un contexte de guerre ouverte entre son prédécesseur Me Abdoulaye Wade et la presse privée. Si en 2000 la presse privée avait adopté une posture de vigie du processus électoral, en 2012 elle a clairement combattu le pouvoir en place. Les éditoriaux qui traînaient le régime libéral dans la boue en l'accusant de fomenter une dévolution monarchique du pouvoir, animent les quotidiens. Les médias privés se sont ligüés avec les opposants pour barrer la route à Wade. Après avoir rejoint les rangs de l'opposition en 2008, Macky Sall a pu se construire un solide réseau dans le monde des médias, constitué essentiellement par les patrons. Certains ont été présents à ses côtés pour le soutenir, aux premières heures de sa rupture avec son mentor Abdoulaye Wade.

Ses bonnes relations seront-elles maintenues avec l'accession de Macky Sall au pouvoir ?

Section I - La République des journalistes ?

Macky SALL est l'un des rares hommes politiques sénégalais à pouvoir revendiquer un parcours politique aussi riche que fulgurant. Après avoir occupé plusieurs fonctions ministérielles dont la plus importante est le ministère de l'intérieur, il sera nommé premier ministre par le Président Wade, après la défenestration de Idrissa Seck de la primature. Devenu l'homme de confiance du Président, son bras droit et numéro 2 du PDS, Macky va conduire avec brio la campagne de Wade en 2007. Le deuxième mandat de son mentor en poche, le natif de Fatick migre vers le perchoir de l'assemblée nationale. Il reste à cette station jusqu'en 2008, quand ses frères libéraux décident de le combattre. L'opinion dans son ensemble s'est émue de cette volonté délibérée de mise à mort d'un fidèle dont le seul péché est d'avoir une ambition politique, supposée ou réelle. La presse privée qui était en guerre ouverte contre le pouvoir libéral va prendre fait et cause pour le désormais ex militant du PDS. Macky a beaucoup appris auprès de son père en politique, mais il a surtout appris de ses erreurs. En effet, dès son accession à la magistrature suprême, Macky SALL ayant compris la puissance destructrice des médias privés a décidé, tout comme Wade à son temps, de dompter ce contre-pouvoir pour en faire un membre à part entière du pouvoir exécutif. La différence d'approche est déjà perceptible, au lieu d'essayer de mettre au pas ce quatrième pouvoir en tentant de le museler ou de lui imposer une ligne éditoriale conforme à sa vision et ses ambitions politiques, le Président SALL décide plutôt, de le convier à la gestion du pouvoir politique. Si durant le règne de Wade certains observateurs parlaient de la République des avocats, eu égard au nombre important de robes noires présentes au sein de l'exécutif, avec

Macky SALL, il n'est pas excessif de parler de la République des journalistes. Le Président est résolu à perpétuer ces excellentes relations avec les médias privés. Pour ce faire, il nomme les patrons des organes de presse les plus influents à des postes éminemment stratégiques.

Il nomme Youssou Ndour, star de renommée mondiale et PDG du groupe de presse, Groupe Futur Média (GFM) ministre de la culture et du tourisme dans le premier gouvernement du premier ministre Abdoul Mbaye. Il occupera ce poste du 4 Avril 2012 au 29 octobre 2012, avant de migrer vers un autre département ministériel, celui chargé du tourisme et du loisir, du 29 octobre 2012 jusqu'au 2 Septembre 2013. Durant cette période, le roi du Mbalakh avait mis une parenthèse sur sa carrière artistique au grand dam de ses millions de fans éparpillés à travers le monde entier, pour s'occuper de ses charges de ministre de la république. Pour expliquer les relations entre le Président Macky SALL et le lead vocal du Super Etoile, il faut remonter à la période pré-électorale de 2012. Youssou Ndour était entré en conflit ouvert avec le Président, malgré les bonnes relations qui existaient entre les deux personnalités. Le chanteur avait même composé un opus à l'honneur de l'homme de l'alternance. Mais leurs relations se sont détériorées quand le patron de presse a voulu obtenir une licence pour sa chaîne de télévision généraliste. Après plusieurs refus du Président de la république qui exigeait des garanties par rapport au financement de cette chaîne de télévision et à l'issue d'intenses négociations et tractations menées par le premier ministre d'alors, Souleymane Ndéné Ndiaye, le GFM obtint finalement le précieux sésame pour la diffusion de ses programmes. Mais les relations entre Youssou Ndour et Abdoulaye Wade n'en étaient pas moins abîmées. Le chanteur décide par la suite d'être candidat à l'élection présidentielle de 2012, avant d'être recalé par le tamis du parrainage, car n'ayant pas obtenu le nombre de parrains valables exigé aux candidats indépendants pour participer à l'élection présidentielle. Le leader du mouvement Fékké Macci Bolé va crier au scandale dénonçant une volonté délibérée de Wade de l'exclure de ces joutes électorales. Il va finalement rejoindre la grande coalition de l'opposition dont les leaders avaient promis de tous soutenir le candidat qualifié au deuxième tour pour battre Wade. Durant la seconde manche de ces élections, Youssou va mettre en œuvre son concept dénommé « Weur Ndombo » qui signifie une prise fatale et irréversible dans la lutte traditionnelle sénégalaise, pour aider Macky à battre Abdoulaye. Il va sillonner le pays, initier des journées de consultation médicale gratuites, donner des concerts gratuits pour demander aux populations de voter pour le leader de l'APR. Il va même jusqu'à faire du bulletin de vote d'Abdoulaye Wade le ticket d'entrée au concert de la victoire. Nous pouvons dire que c'est de là que son compagnonnage avec Macky SALL a démarré. Même après avoir quitté le gouvernement, Youssou Ndour est resté dans le dispositif du Président de

la République en qualité de ministre conseiller. Il a activement pris part à la campagne pour la réélection de Macky SALL en 2019, assurant souvent la première partie des meetings de ce dernier. On se rappelle encore les pas de danse du Président sortant au meeting de Saint Louis, sous la musique endiablée du Super Etoile.

Quid de la ligne éditoriale de son groupe de presse ? Le PDG de GFM n'a eu de cesse de répéter que son engagement politique n'exerce aucune influence sur la ligne éditoriale de son groupe de presse, que les journalistes de GFM sont des professionnels qui font leur métier en toute impartialité et sans aucune forme de pression. Cependant, beaucoup ne sont pas du même avis. Une bonne partie de l'opinion considère que le quotidien L'Observateur est très proche du pouvoir de Macky Sall. Les soupçons de parti pris du GFM se sont particulièrement accrus le jour des élections présidentielles de 2019. Et pour cause ! Ngagne Fall écrit « *Un peu avant 20 heures au soir du vote, les radios et les télévisions ont commencé à donner les premières tendances. Les organes du Groupe Futurs Médias (GFM) donnent les tendances qui sont largement favorables au président sortant. Les candidats de l'opposition et une bonne partie de l'opinion ont crié à la fraude et ont accusé GFM de vouloir valider un hold-up électoral concocté par le président sortant. Avant l'échéance, des rumeurs qui couraient, faisaient échos d'un plan de fraude organisé par le pouvoir en place avec l'implication de certains médias notamment le GFM, la 2STV, Iradio et certains gros titres de la presse écrite : L'observateur et Le quotidien. Le climat était tendu. Certains citoyens, à travers les réseaux sociaux, suggéraient aux journalistes d'être impartiaux.* »²⁹² Pour le journaliste écrivain « *Le sentiment de suspicion a laissé place à un dégoût général quand certains citoyens ont compris que la presse faisait un traitement déséquilibré des résultats. Le Groupe Futurs Médias était la cible de nombreux activistes et internautes qui l'accusent d'être l'un des principaux artisans de la fraude électorale au grand bonheur du candidat Macky Sall.* »²⁹³ Des accusations de traitement orienté de l'information ont encore fusé contre GFM lors des événements politico-judiciaires de Mars 2021. Des partisans de Ousmane Sonko ont saccagé les locaux de la radio Futur Médias et incendié les véhicules stationnés au bas de l'immeuble El Hadj Elimane Ndour, siège de la radio.

Parmi les grands patrons de presse qui ont rejoint le « Macky », nous pouvons citer Elhadji Ndiaye, PDG du groupe Origines SA. Il restera dans les annales de l'audiovisuel sénégalais comme le premier promoteur d'une chaîne de télévision privée sénégalaise. Nous n'allons pas revenir sur les péripéties de la création de la 2stv, mais nous retiendrons que c'est avec lui

²⁹² Ngagne Fall, Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril, L'Harmattan, 2019, 102p

²⁹³ Ibidem.

qu'a démarré l'ère des télévisions privées. Elhadji Ndiaye est considéré par certains, à tort ou à raison, comme un proche du Président Macky SALL, surtout, depuis qu'il a été propulsé à la tête du Conseil d'administration de la Société sénégalaise de télédiffusion du Sénégal (TDS-SA). « *La TDS a pour mission de contrôler le passage des chaînes de télévision de l'analogie au numérique, d'assurer le transport, le multiplexage et la collecte des signaux télévisuels au Sénégal.* »²⁹⁴ Contrairement à Youssou Ndour, Elhadji Ndiaye n'est pas politiquement actif. Le seul fait (qui peut prêter à équivoque) qu'on peut lui reprocher est son incursion sur le plateau de la 2stv un soir de 31 décembre alors que son journaliste politique vedette Pape Alé Niang animait un débat avec Ousmane Sonko, leader du Pastef et opposant du Président. Le patron de la télé est venu prendre place au côté de l'opposant pour participer à l'émission comme s'il voulait mettre un terme aux critiques acerbes que ce dernier faisait contre le Président. Cela a suscité moult interprétations dans l'opinion. Le journaliste connu pour ses diatribes contre le régime de Macky SALL a finalement quitté la 2stv.

Le PDG du groupe *Avenir communication*, Madiambal Diagne est aussi un fervent souteneur de Macky SALL. L'auteur de l'éditorial, *les Lundi de Madiambal* et promoteur du journal *Le Quotidien*, revendique publiquement son amitié avec le Président de république. Sa ligne éditoriale est clairement pro-gouvernementale.

Autre figure emblématique de la presse sénégalaise à rejoindre les « prairies marrons-beiges » est le journaliste d'investigation Abdou Latif Coulibaly. Connu pour ses « brûlots » sur le régime de Wade, le journaliste écrivain a opéré un virage à 180° pour s'engager en politique aux côtés du Président Macky SALL. Ce changement de cap de Coulibaly peut être considéré comme la tenue d'une promesse faite bien avant la deuxième alternance, si l'on en croit à *Jeune Afrique* : « *Après une campagne présidentielle agitée, Macky Sall, celui qui vient de faire tomber Abdoulaye Wade, salue la maturité de la démocratie sénégalaise et en célèbre les « martyrs ». Abdou Latif Coulibaly, comme beaucoup d'autres, se rend à l'hôtel pour y saluer le chef de l'État. En lui serrant la main, Macky Sall le retient une seconde : « Grand, j'espère que tu n'as pas oublié ta promesse ? On se retrouvera bientôt. » Les deux hommes avaient déjà, quelques années plus tôt, évoqué la possibilité de travailler ensemble. C'était en 2010, à l'occasion d'une conférence sur les indépendances africaines en Suisse à laquelle ils avaient tous deux participé. « J'étais conscient que c'était quelqu'un sur qui on pouvait compter pour faire des choses pour le Sénégal », confie aujourd'hui le secrétaire général du*

²⁹⁴ Ibidem.

gouvernement. »²⁹⁵ L'essayiste revient sur ce voyage en Suisse dans son livre intitulé *Le Sénégal sous Macky Sall : De la vision à l'ambition- les réalisations à mi-mandat*. Il explique que c'est Macky Sall qui l'a convié pour l'accompagner en Suisse répondre à l'invitation d'un groupe d'intellectuels. Avant de noter que : « *C'est pendant ce voyage que j'ai commencé réellement à faire la connaissance de l'homme Macky Sall, je découvrais ainsi quelques facettes de la personnalité de l'homme politique.* »²⁹⁶ Mais, en réalité les deux hommes se sont rencontrés en 2008 au domicile de Mansour Faye, ministre et beau-frère du Président, à un moment où les tensions entre le président de l'assemblée nationale d'alors et Abdoulaye Wade étaient à leur paroxysme. Coulibaly avait d'ailleurs écrit un article apportant pleinement son soutien à Macky SALL à la suite de ses déboires au PDS.

Ce compagnonnage va se matérialiser dès avril 2012 quand le Président fait du journaliste son conseiller sur les questions de bonne gouvernance. Une partie de sa bibliographie (*Wade, un opposant au pouvoir : l'alternance piégée ?* 2003, *Loterie nationale sénégalaise : chronique d'un pillage organisé*, 2007, *Contes et mécomptes de l'ANOCI*, 14 août 2009, *La République abîmée*, 2011.) n'est certainement pas étrangère à sa nomination dans le deuxième gouvernement d'Abdoul Mbaye, à la tête du département chargé de la promotion de la bonne gouvernance, des relations avec les institutions et porte-parole du gouvernement. Il occupera ce poste d'octobre 2012 à juillet 2014. Il revient dans l'attelage gouvernemental en Septembre 2017 pour occuper le poste de ministre de la culture jusqu'en Avril 2019, avant d'être nommé secrétaire général du gouvernement avec statut de ministre à la faveur du remaniement ministériel du 1er novembre 2020. L'engagement d'Abdou Latif Coulibaly aux côtés de Macky Sall va au-delà de la gestion des affaires publiques dans le cadre du gouvernement. En effet, le natif de Sokone est descendu dans l'arène politique pour solliciter le suffrage des « sokonois » lors des élections locales, sous la bannière de la coalition Benno Bokk Yaakar. Après une première tentative infructueuse, il sera élu maire de Sokone le 23 février 2022. L'ancien journaliste devenu responsable politique de l'APR est un fidèle parmi les fidèles de Macky Sall. Il n'est pas rare de le voir sur les plateaux de télévision ou de l'entendre sur les ondes des radios défendre la politique de son gouvernement. En 2015, soit 3 ans après l'avènement de Macky à la tête du Sénégal l'écrivain journaliste sort un livre, *Le Sénégal sous Macky Sall : De la vision à l'ambition- les réalisations à mi-mandat*, pour dresser un bilan d'étape du régime. Revenant sur les motivations qui l'ont amené à écrire ce livre, l'auteur

²⁹⁵ <https://www.jeuneafrique.com/1281675/politique/senegal-abdou-latif-coulibaly-de-lautre-cote-du-ring/>, consulté le 03/04/2022

²⁹⁶ Abdou Latif Coulibaly, *Le Sénégal sous Macky Sall : De la vision à l'ambition- les réalisations à mi-mandat*, L'Harmattan, 2015.

écrit : « *La meilleure façon, pour moi, d'exprimer le bonheur d'avoir été porte-parole, c'est de proposer à l'opinion cet ouvrage qui consigne les enseignements tirés de cette charge. C'est du reste l'une des motivations qui m'impose le devoir de produire cet ouvrage qui se veut un vade-mecum des politiques publiques mises en œuvre depuis 2012 par le Président Macky Sall. Ma conviction est faite que ces politiques peuvent apporter beaucoup de satisfactions à la nation dans le court, moyen et long terme.* »²⁹⁷ Comme d'ailleurs l'indique l'intitulé, ce livre est un répertoire des réalisations faites par le Président Macky Sall dans tous les secteurs de la vie socio-économiques en vue de répondre à la demande sociale. Il est aussi revenu sur le Plan Sénégal Emergent (PSE) pour aborder ses fondements théoriques et paradigmatiques, ses grandes orientations, les réformes engagées, son financement, sa mise en œuvre et son suivi. Il a également évoqué les questions liées à la gouvernance, qui de l'avis de l'auteur, a constitué l'obstacle suprême sur lequel se sont fracassées, depuis l'aube des indépendances, toutes les politiques publiques initiées aux fins de sortir le Sénégal du sous-développement. Ce livre traduit enfin un besoin inaltérable d'enquêter, de recouper et d'écrire chez l'auteur. Abdou Latif Coulibaly a été un des rares responsables politiques à aller au front lors des événements de Mars 2020 pour défendre le pouvoir, comme le fait remarquer *Jeune Afrique* : « *En mars 2021, alors que les portables de plusieurs responsables du gouvernement sonnaient dans le vide suite aux émeutes qu'avait déclenché l'arrestation de l'opposant Ousmane Sonko, Abdou Latif Coulibaly avait reçu Jeune Afrique dans son grand bureau du bâtiment Mamadou Dia, et défendu pendant plus d'une heure les choix de son gouvernement.* »²⁹⁸ Que l'on soit d'accord avec lui ou pas, il faut reconnaître que le nouveau maire de Sokone a le courage de ses idées et de ses positions. Il assume pleinement son compagnonnage avec le Président de la République, en dépit des critiques.

Alioune Fall fait aussi partie de ces journalistes qui ont déserté les rédactions pour les lambris dorés du palais de l'avenue Roume. L'ancien journaliste, devenu conseiller en communication de son ami, le président Macky SALL et vice-président de la fondation Servir le Sénégal, de la première dame, explique sa décision par le fait que « *n'ayant plus ni le recul ni la neutralité nécessaire à une analyse froide et objective de l'espace public.* »²⁹⁹ Ainsi, pour faire connaître l'histoire de l'« enfant prodige » au sénégalais, Alioune Fall sort un livre en 2015, intitulé : *Macky Sall-contre vents et marées*. D'après l'auteur, le livre retrace la vie et le parcours d'un

²⁹⁷ Ibidem.

²⁹⁸ <https://www.jeuneafrique.com/1281675/politique/senegal-abdou-latif-coulibaly-de-lautre-cote-du-ring/>, consulté le 04/04/2022

²⁹⁹ Alioune Fall, Macky Sall - Contre vents et marées, L'Harmattan, 2015.

homme qui lui est très proche, avec qui il a partagé beaucoup de choses et qu'il considère comme son grand frère. Le livre s'articule autour de trois grands axes : le premier aborde la vie de Macky Sall, jeune étudiant, diplômé, cadre et jeune militant du PDS ; le deuxième retrace le parcours de Macky dans l'exercice du pouvoir sous Abdoulaye Wade, les différentes responsabilités qu'il a eu à occuper jusqu'à sa rupture avec son mentor ; le troisième et dernier axe, rend compte des péripéties par lesquelles Macky Sall a tracé sa propre voie en créant son parti jusqu'à son ascension au sommet de l'Etat. De façon globale, l'auteur présente le Président de la république comme un modèle de persévérance, d'abnégation et de réussite pour la jeunesse sénégalaise. En 2019, année électorale, Alioune Fall sort un autre livre, *Macky Sall-La réponse par l'action*. Vu le contexte politique, c'est un livre bilan que l'auteur met à la disposition des sénégalais dans le but vulgariser les réalisations du Président après 7 ans passés à la tête du Sénégal. D'après l'auteur « *Un rapide survol permet de constater que le bilan est réel, élogieux et laisse peu de place à la surenchère lorsqu'on le confronte à d'autres situations vécues à d'autres époques par les populations.* »³⁰⁰ Tous les secteurs de la vie économique ont connu des avancées notoires. Le secteur de l'énergie qui était naguère caractérisé par un déficit structurel a réalisé en 2017 des bénéfices de plus 36 milliards. La sécurité intérieure et la défense nationale ont été renforcées avec l'augmentation des effectifs et la modernisation des moyens. L'hydraulique, l'agriculture, la voirie, la santé, etc., ont connu des améliorations réelles. Dans ce livre Alioune Fall s'est aussi voulu être l'avocat de son « grand frère » face aux accusations d'enrichissement illicite ou autres velléités dynastiques.

Souleymane Jules Diop, journaliste et chroniqueur sénégalais de renom, animateur d'un blog célèbre, exilé au Canada, est rentré au pays après l'élection de Macky Sall pour travailler à ses côtés. Il fût l'un des principaux pourfendeurs du régime de Wade et a même fait l'objet d'agression de la part des militants du PDS. Nommé plusieurs fois secrétaire d'Etat, il occupe le poste d'ambassadeur de la République du Sénégal à l'UNESCO.

Abou Abel Thiam est une autre figure de proue du journalisme sénégalais à rejoindre Macky Sall. Il commence ses activités journalistiques en 1988, au journal *Sopi*, publication créée par l'ancien Président du Sénégal Abdoulaye Wade, avant de faire partie de l'équipe qui a fondé l'hebdomadaire *Le Témoin* en 1989. Il travaille ensuite au *Wal Fadjri* en 1994 avant de devenir le correspondant du magazine *Jeune Afrique* en Afrique de l'Ouest en 2002. Il est ensuite nommé en 2006, directeur de la communication et des nouvelles technologies de

³⁰⁰ Alioune Fall, *Macky Sall la réponse par l'action*, Harmattan Sénégal, 2019, p198.

l'information du Haut Conseil de la République dirigé à l'époque par M. Mbaye Jacques Diop. À cette fonction il sera remarqué et « débauché » par Macky Sall, Premier ministre du Sénégal, en 2004, pour devenir son conseiller en communication jusqu'en 2008. Il est membre fondateur de APR(Alliance pour la République), créée en décembre 2008. En avril 2012, après l'accession de Macky au pouvoir, Abou Abel Thiam devient conseiller spécial, porte-parole de la présidence de la République du Sénégal. Depuis 2014 il est le président du conseil d'administration de l'Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP).³⁰¹

Cette pléthore d'hommes de média autour du Président de la République a fait dire au journaliste-écrivain, Ngagne Fall que sous Macky SALL, la démocratie sénégalaise est en péril. Au lieu de jouer le rôle de contrepouvoir et de vigie de la démocratie, une bonne partie de cette presse privée, qui avait si durement combattu Wade, a préféré se ranger derrière le pouvoir exécutif. C'est la faillite d'un contre-pouvoir. (N. Fall) Ceux qui étaient censés l'incarner sont devenus des hommes de pouvoir. Dr Simon Ngono, préfacier du livre *Le Sénégal sous Macky Sall, la démocratie en péril*, écrit : « *Sacrifier la liberté d'expression et le travail des « professionnels » des médias sur l'autel des intérêts politiques de perpétuation au pouvoir, comme semble le faire le Président sénégalais Macky Sall, constitue une menace, voire une atteinte à la démocratie. Les rapports de connivence entre pouvoir et presse ont ceci de particulier qu'ils vident de tout son sens le rôle des médias comme contre-pouvoir.* »³⁰² Le Président Macky SALL, contrairement à son prédécesseur a su domestiquer une bonne partie de la presse privée par la méthode douce, celle de la cooptation. Cependant, deux grands groupes de presse semblent lui résister : le groupe *Wal Fadjri* et *D-Média*.

Wal Fadjri a été créé en 1984 par Sidy Lamine Niasse. Le journal paraissait d'abord sous la forme d'un bimensuel, puis devient un hebdomadaire en 1987 et enfin, en 1993 il devient un quotidien. En 1997, son fondateur amorce la phase de mise en place d'un véritable groupe presse avec une radio (Walf FM), un quotidien (Walf quotidien), et une télévision (Walf TV). Sidy L. Niasse a, depuis la création de son groupe de presse, opté d'être aux côtés du peuple, d'être la voix des sans voix. En cela il peut être considéré comme un « éternel contrepouvoir ». Comme il l'a affirmé lui-même à plusieurs reprises, sa mission est d'accompagner le politique dans sa quête du pouvoir, une fois l'objectif atteint il reprend sa posture de contre-pouvoir. Sidy a eu maille à partir avec tous les régimes politiques qui se sont succédé au Sénégal. Son opposition à Senghor lui a valu une année d'emprisonnement.

³⁰¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Abou_Abel_Thiam, consulté le 07/04/2022.

³⁰² Ngagne Fall, op.cit.

Avec Abdou Diouf les rapports étaient moins tendus. Mais c'est sous Abdoulaye Wade qu'il a eu les relations les plus tendues avec le pouvoir exécutif, comme l'atteste son appel lancé aux sénégalais à marcher contre le régime libéral le 19 mars 2011. Ses positions anti conformistes, son appel à voter « NON » au référendum de 2016, lui ont valu des critiques de la part des militants de l'APR. Il faut toutefois noter que chez Sidy, « contrepouvoir » ne signifie pas « contre le pouvoir ». Le Mollah de Khar Yallah, comme aimaient l'appeler les journalistes, était à cheval sur ses principes. Il a, à plusieurs reprises, travaillé avec le pouvoir en place pour le rayonnement de la diplomatie sénégalaise. Sidy avait beaucoup aidé le Président Diouf à maintenir ses relations avec les pays du Golf au beau fixe. Le premier sommet de l'Organisation de la coopération islamique (OCI), accueilli par le Sénégal, en 1991, fait partie d'une de ses plus concluantes missions dans cette partie du monde.³⁰³ Sidy jouait également un rôle de pacificateur des relations entre le pouvoir et l'opposition, il a pesé de son poids pour éviter, plusieurs fois, une confrontation directe entre Macky SALL et son prédécesseur. Le fondateur du groupe *Wal Fadjri* était un homme libre et équidistant des différentes chapelles politiques. Après sa disparition, la classe politique dans son ensemble et l'opinion publique lui ont rendu un vibrant hommage. Il restera à jamais dans la mémoire collective sénégalaise comme un « éternel contrepouvoir ».

D-Media est un groupe de presse créé par Bougane Guèye Dani, ancien journaliste. Il est constitué d'un quotidien, *La Tribune*, d'une radio *Zik FM* et d'une télévision *SEN TV*. Sa ligne éditoriale est clairement contre le pouvoir, son PDG lui-même se réclame ouvertement opposant au Président Macky SALL. Avec son mouvement *Gueum sa Bopp*, Bougane a participé à toutes les élections, ou presque, pour combattre le régime en place. Le présentateur vedette de la revue de presse du groupe, Ahmed Aidara est lui aussi opposant et a même pu remporter l'élection à la mairie de Guédiawaye devant le maire sortant et non moins frère du Président Macky SALL. Son hostilité au régime est peut-être la cause de beaucoup de problèmes auxquels le groupe est confronté. D-Média s'est vu délivré un redressement fiscal s'élevant à 2 milliards 400 millions, ses comptes bancaires sont bloqués et un inventaire des biens de ses locaux a même été fait par un huissier de justice sous une forte escorte de la gendarmerie. Tout récemment, après la victoire d'Ahmed Aidara à la municipalité de la ville de Guédiawaye, le CNRA a intimé l'ordre à D-Média d'arrêter le traitement tendancieux de la revue de presse fait par ce dernier. Face au refus du groupe de s'exécuter, l'organe de régulation a dû suspendre la *SEN TV* et *Zik FM* pour une durée de 72h.

³⁰³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Sidy_Lamine_Niasse, consulté le 09/04/2022

De façon globale, l'on peut affirmer que les rapports entre le régime de Macky Sall et les médias privés sont maîtrisés, assez calmes, rien à voir avec les années Wade. Certains parlent d'instrumentalisation de la presse par le pouvoir. Le Président affirme lui-même que sous son règne aucun journaliste n'est enfermé en prison pour un délit lié à la pratique de son métier. Ngagne Fall lui, parle de liaison dangereuse entre les médias privés et le régime de Macky Sall ou encore d'inféodation de la presse privée au pouvoir politique.

Pour ce qui est des médias du secteur public, nous pouvons sans risque de nous tromper affirmer que, ce que le pouvoir de Macky Sall est en train de faire n'a d'égal que ce que le pouvoir de l'UPS a fait de son temps. On n'a pas vu une mainmise aussi forte du pouvoir politique sur les médias publics, ni sous Diouf, ni sous Wade. Dès son accession au pouvoir, Macky Sall a nommé un fidèle parmi ses fidèles, par ailleurs membre du secrétariat exécutif de l'APR et maire de la commune de Wakhinane Nimzatt, Racine Talla, à la tête de la RTS. Puis le 6 décembre 2017, le Président nomme le journaliste Yakham Mbaye à la direction générale du quotidien national *Le Soleil*. Ce dernier, responsable politique de la commune de Dakar plateau et membre du secrétariat exécutif du parti au pouvoir est connu pour être un ami du couple présidentiel et un fervent défenseur du chef de l'Etat. On se rappelle son coup de gueule sur les colonnes d'un journal de la place, reprochant aux membres du gouvernement de ne pas défendre suffisamment le Président de la République. Journaliste chevronné à la belle plume, Yakham n'hésite pas à publier des éditoriaux pour attaquer directement les adversaires du Président. La nomination de ces deux membres du secrétariat exécutif de l'APR sonne comme une volonté assumée du Président de la République de maîtriser totalement les médiums du secteur public. La RTS et le soleil sont aujourd'hui plus que jamais au service du régime en place. Les opposants ne sont jamais invités sur les plateaux de la télévision nationale et les colonnes du *Soleil* n'offrent qu'à de rares occasions la possibilité aux opposants de s'exprimer. Tout comme sous les régimes de Diouf et Wade, le journal télévisé du soir se résume à des comptes rendus des activités présidentielles, gouvernementales et politiques de la coalition au pouvoir. Il faut tout de même se rendre à l'évidence, l'indépendance des médias du secteur public ne sera jamais une réalité tant qu'ils dépendent du pouvoir central sur le plan administratif et financier. La RTS, le Soleil et l'APS sont des sociétés nationales dont les DG sont nommés par le Président de la République. En même temps, ils reçoivent chacune un budget annuel de fonctionnement de la part de l'Etat. Il est ainsi clair que dans ces conditions ces médias resteront toujours à la solde du pouvoir politique.

Pour remédier à cette situation, nous préconisons de procéder à un appel à candidature pour nommer les DG de la RTS, du *Soleil* et de l'APS. Une liste restreinte de trois candidats pourrait alors être soumise au Président de la République pour le choix définitif. Sur le plan financier, il est recommandé de mettre en œuvre un modèle économique à même de rendre ces sociétés nationales de presse rentables, compétitives et financièrement autonomes. Car, comme le dit l'adage : « Qui paie, commande ».

Les médias, comme nous l'avons démontré tout au long de notre étude, constituent un pilier fondamental de la démocratie. C'est pourquoi nous nous proposons de nous intéresser au panorama des médias au Sénégal.

Section II- Panorama des médias au Sénégal.

Pour dresser le panorama des médias au Sénégal, nous allons dans un premier temps faire focus sur la presse écrite, ensuite sur la radio et la télévision et enfin sur la presse en ligne.

La presse écrite est la doyenne des médias au Sénégal. Elle est très dynamique, même si ce dynamisme cache mal de profondes difficultés. Actuellement au Sénégal paraissent 29 quotidiens³⁰⁴, parmi lesquels nous pouvons citer : *Walf Quotidien*, *Sud Quotidien*, *L'Observateur*, *Libération*, *L'AS*, *Vox Populi*, *BesBi Le Jour*, *Le Mandat*, *Les Echos*, *Enquête*, *Source A*, *L'Info*, *Alerte Quotidien*, *Kritik*, *Le Vrai Journal*, *Tribune*, *Le Soleil*, *Teral Quotidien*, *24 Heures*, *Le Quotidien*, *Direct News*, *Le Témoin Quotidien*, *Rewmi Quotidien*, *Record*, *Stade*, *Sunu Lamb*, *Dakar Times*, *Lii Quotidien*. En plus de ces quotidiens paraissent également des hebdomadaires et des mensuels. Sous Macky Sall, la presse écrite semble bénéficier d'une certaine liberté d'expression. Cependant, les difficultés auxquelles elle fait face sont d'ordre économiques et professionnelles, comme nous l'avons souligné un peu plus haut.

Le secteur de la radiodiffusion a aussi connu un développement fulgurant à partir de l'an 2000. Voir en annexe la liste des radios autorisées à diffuser par l'Agence de régulation des télécommunications et des postes (ARTP). Nous n'allons pas revenir sur le rôle de la radio traditionnelle dans la médiatisation de la vie politique au Sénégal.

La nouveauté dans le secteur est l'avènement de radios dites communautaires. Une radio communautaire désigne une radio faite par et pour une communauté, que ce soit une communauté géographique, sociale, éthique ou autre.³⁰⁵ Pour mieux appréhender ce médium d'un type nouveau dont l'évocation renvoie à un moyen de communication d'un groupe

³⁰⁴ Allocution du Président Macky Sall lors de la remise du cahier des doléances par les centrales syndicales à l'occasion de la fête du 1^{er} mai 2022.

³⁰⁵ https://fr.wikipedia.org/wiki/Radio_communautaire, consulté le 14/04/2022.

culturel et social, nous nous référons à l'Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires (AMRAC), selon qui : « *Premièrement, la radio communautaire se caractérise par la participation active de la communauté dans le processus de création des nouvelles, de l'information, des divertissements et du matériel culturel pertinent et mettant l'emphase sur les intérêts et problèmes locaux. Les producteurs locaux, une fois formés, peuvent créer des émissions utilisant les voix locales. La communauté peut également participer activement à la gestion de la station et a son mot à dire quant à l'horaire et le contenu des émissions.*

Deuxièmement, c'est essentiellement une entreprise à but non lucratif. À une époque d'une radiodiffusion axée sur la publicité, la radio communautaire quant à elle demeure indépendante et sa responsabilité est de servir la communauté, non le publicitaire. Comme la station appartient à la communauté, cela implique également quelques responsabilités dans le fonctionnement de la radio.

Troisièmement, la programmation de la radio communautaire est établie par la communauté dans le but d'améliorer les conditions sociales et la qualité de sa vie culturelle. La communauté décide elle-même de ses priorités et de ses besoins en termes d'informations.

»³⁰⁶ Ces caractéristiques nous renseignent sur l'essence de la radio communautaire. Au Sénégal, les radios communautaires sont apparues à la faveur de la vague de libéralisation des ondes à partir des années 1990. D'après Aude Jimenez : « *Les premières « radios privées communautaires » véritablement considérées comme indépendantes des pouvoirs en place apparaissent plus tard, dans les années 1990, durant la période d'ouverture démocratique et de libéralisation des ondes. Tour à tour appelées radios libres, associatives, participatives ou même le « tiers secteur de la radiophonie », ces nouvelles stations vont se multiplier dans les années 2000, augmentant leur nombre de plus de 1000 % entre 2000 et 2006.* »³⁰⁷ Les radios communautaires sont un signe de vitalité démocratique dans la mesure où elles favorisent l'émergence d'un espace public local. Les médias communautaires peuvent aider à créer un cadre local de dialogue et de contradiction, où la démocratie et la bonne gouvernance locales s'exercent continuellement en vue de concourir à l'objectif commun : le développement local. En effet, en rendant la parole aux populations locales, les radios communautaires encouragent une implication citoyenne aux affaires les concernant. De même, elles leur permettent de discuter des questions qu'elles choisissent comme prioritaires et d'y apporter des solutions

³⁰⁶ <https://amarc.radio/fr/quest-ce-que-la-radio-communautaire/>, consulté le 14/04/2022.

³⁰⁷ Jimenez, Aude, *Survie d'une radio communautaire sénégalaise : Le cas de Manoore FM à Dakar*, L'Harmattan, 2019.

adéquates. Les radios communautaires remplacent ainsi, en milieu rural, l'arbre à palabre et reste favorable à l'enclenchement d'un véritable processus participatif. A titre illustratif, nous pouvons évoquer le rôle extrêmement important qu'elle peut jouer dans un contexte de pandémie, d'épidémie ou d'endémie. Sur fonds de subventions ou de financements provenant des ONG et partenaires au développement, la radio prend des initiatives pour sensibiliser, en confectionnant des supports de communication, en offrant des kits d'hygiène ou des moustiquaires imprégnés et en organisant pour la circonstance des causeries animées par un spécialiste. Au Sénégal, l'Union des Radios Communautaires du Sénégal (URAC) compte en son sein 112 radios communautaires. Sa mission est d'agir pour la reconnaissance, le développement et la pérennisation des radios communautaires. Elle est présente dans les 45 départements et dans les 14 régions du pays. L'URAC décline sa vision en ces termes : *« Faire de la radio communautaire un outil qui favorise la prise de parole des citoyens dans le débat public, en leur permettant de posséder et de contrôler leurs propres moyens de communication participative et pluraliste.*

*Être l'interlocuteur reconnu auprès des autorités publiques et des partenaires de la société civile qui reconnaissent et utilisent la radio communautaire comme médium de communication de proximité et participatif privilégié pour atteindre les communautés vulnérables. L'URAC agit comme la représentante de ses membres. Elle favorise et soutient les actions concertées visant à promouvoir leurs intérêts communs et leurs besoins. »*³⁰⁸

A côté des radios traditionnelles sénégalaises et des radios communautaires, émettent également des radios étrangères. Les plus célèbres d'entre elles sont incontestablement : Radio France Internationale (RFI), BBC Afrique, la Voix de l'Amérique, Africa N° 1 et Radio Chine. Ces radios, au-delà de l'information nationale et internationale qu'elles véhiculent, constituent de véritables vecteurs culturels de leurs pays respectifs. Par médias interposés, les puissances mondiales se livrent une guerre d'influence dans le continent africain. Les deux principales radios concurrentes sont BBC Afrique et RFI, chacune gardant jalousement son « pré carré ». Pour conquérir le plus d'auditeurs africains, ces radios étrangères se sont mises à diffuser dans les langues locales. BBC Afrique a été la première à se lancer en diffusant en haoussa, somali, kinyarwanda, kirundi et swahili. Pour rattraper son retard, RFI s'est mise aux langues locales à partir de 2007 avec l'haoussa et le swahili en 2010. Au Sénégal, c'est en 1991 que Radio France Internationale a installé, à Dakar, son premier relais de diffusion en modulation de fréquence. Par la suite, la libéralisation des ondes

³⁰⁸ <https://uracsenegal.sn/presentation-generale/>, consulté le 15/04/2022

a permis aux radios internationales de s'implanter au cœur même des paysages audiovisuels africains. RFI possède aujourd'hui 107 émetteurs FM sur le continent (tous situés en Afrique subsaharienne), dont 82 en Afrique francophone où sa part de marché atteint 25 %.³⁰⁹ À Dakar, la rédaction de RFI en mandinka (mandingue) et fulfulde (peul) émet, depuis le 14 décembre 2020, deux heures de programmes quotidiens dans ces langues parlées par près de 60 millions de locuteurs en Afrique subsaharienne. Dans cette lutte d'influence, Radio Chine n'est pas en reste. Elle reste à l'affût et compte bien tirer son épingle du jeu en émettant elle aussi en langues locales africaines. De façon générale, ces radios internationales bénéficient d'une grande audience en Afrique au sud du Sahara. Cette popularité s'explique par la faillite des radios publiques, accusées d'être à la solde des régimes politiques. Ces radios internationales, particulièrement RFI, ne sont pas aussi exemptes de reproches, une bonne partie des intellectuels les accusent « *d'être des vecteurs de propagande, d'aliénation culturelle des auditeurs et de déstabilisation des régimes africains.* »³¹⁰ On se rappelle l'expulsion de la correspondante de RFI à Dakar, Sophie Malibeaux, vers la France par l'Etat du Sénégal et, tout récemment, la suspension de ladite radio par les autorités maliennes, accusée de pervertir l'information sur les opérations de lutte antiterroriste. Il faut aussi noter que le succès des radios locales comme Radio Futurs Média, Sud FM, Iradio, etc., apparaît comme le signe avant-coureur d'une remise en cause de l'hégémonie des radios internationales au Sénégal. A noter que maintenant toutes les radios peuvent être écoutées en mode web radio par la magie de l'internet.

Le secteur de la télévision est marqué par une grande révolution, celle du passage de la télévision analogique à la télévision numérique. C'est en 2010, sur instruction du Président Abdoulaye Wade, que le Comité National pour le passage de l'audiovisuel analogique au Numérique (CNN) a été mis en place par arrêté ministériel n° 7593 en date du 26 août 2010. Ce comité avait pour mission de conduire la transition vers le numérique conformément au cahier de charges du traité international « accord GE06 », initié par l'Union Internationale des Télécommunications (UIT). La période de transition doit prendre fin le 17 juin 2015. Toutefois, pour certains pays, notamment africains, s'agissant de la bande VHF (174-230 MHz), la période de transition prendra fin le 17 juin 2020.³¹¹ Arrivé au pouvoir en 2012,

³⁰⁹ <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-radios-internationales-en-afrique>, consulté le 15/04/2022.

³¹⁰ Vittin, Théophile E. « L'impact des radios internationales en Afrique noire », Tristan Mattelart éd., La mondialisation des médias contre la censure. Tiers Monde et audiovisuel sans frontières. De Boeck Supérieur, 2002, pp. 81-102. Consulté le 15/04/2022.

³¹¹ <https://docplayer.fr/9118359-Presentation-de-l-accord-ge-06-et-ses-consequences-pour-la-radiodiffusion.html>, consulté le 15/04/2022.

soit deux ans après la mise en place du CNN, le Président Macky Sall décline sa volonté de numérisation de la société à travers son programme dénommé « *Sénégal numérique 2025* ». C'est donc naturellement que le processus de transition de la télévision analogique vers la télévision numérique connaît un grand bond en avant. Dès novembre 2013, le Président met en place le Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique (CONTAN)³¹² pour prendre le relais du CNN. Ce comité a fondamentalement pour objectif d'accélérer la réduction de la fracture numérique, de générer plus d'emplois par la mise de e-services permettant d'assurer une administration moderne et efficiente et de permettre aux populations urbaines et rurales d'avoir un meilleur accès aux services en ligne. « *Sa mission première consiste à assurer la transition de la télévision numérique.* »³¹³ La TNT reste donc la priorité du gouvernement de Macky Sall. Pour les autorités sénégalaises le numérique est un formidable vecteur de développement, si l'on en croit aux propos de Ibrahima Fall coordonnateur de la cellule des affaires juridiques du ministère de l'économie numérique, rapportés par Ngagne Fall : « *nous sommes submergés par le numérique et tout est en train d'être dématérialisé avec le numérique. Aujourd'hui si on veut booster le développement, si on veut booster l'émergence, il faut que le numérique soit au cœur de tous les projets, au cœur de toutes les politiques publiques de l'État du Sénégal. Donc la télévision numérique terrestre ne peut pas être en reste par rapport à cela. Aujourd'hui l'État a compris que ce cap doit aller de l'avant.* »³¹⁴ Les réformes pour la dématérialisation des procédures publiques et la numérisation du secteur de l'audiovisuel furent menées à pas de charge. Le Sénégal est l'un des rares pays ouest africain à respecter le cahier des charges de l'UIT, comme l'atteste d'ailleurs Mamadou Baal expert audiovisuel et membre du CNRA : « *Le Sénégal est bien en avance parce que le numérique est partout, l'internet est partout. Le Sénégal s'y est pris très tôt. Depuis 2008, nous y avons beaucoup travaillé avec le comité national numérique qui est*

³¹² « Le CONTAN est créé par décret n° 2013-1432 du 12 novembre 2013. Il est placé sous l'autorité directe du Président de la République. Le Président du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) en assure la présidence et le Ministère de la Communication et de l'Économie numérique en assure la vice-présidence. Un Directeur exécutif, nommé par décret, en la personne de M. Amadou Top, était chargé de la mise en œuvre pratique des missions du Comité. Les missions du CONTAN sont nombreuses et diverses. Le Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique est chargé de définir les standards et normes assurant le passage de la télévision analogique à la télévision numérique dans les meilleures conditions. Le comité s'occupe également de la partie technique. Il a présélectionné les partenaires techniques et financiers chargés de construire les infrastructures de multiplexage et de transport des signaux audiovisuels terrestres et satellitaires sur l'étendue du territoire national et élaborer les critères et les conditions de création, d'exploitation et de diffusion de contenus audiovisuels. » Source : décret n° 2013-1432 portant création du CONTAN.

³¹³ Ngagne Fall, Thèse de doctorat, « Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal », 2021

³¹⁴ Ibid.

mis en place et ensuite avec le CONTAN et son comité exécutif. Nous avons reçu plusieurs missions du chef de l'État qui, dans son PSE, a compris que l'internet est indispensable pour avancer et rapidement. Outre l'infrastructure TNT, nous avons mis en place la fibre optique dans tout le Sénégal. A l'heure actuelle, non seulement l'infrastructure TNT est déjà en place au Sénégal, mais aussi la fibre optique est partout au Sénégal. »³¹⁵ C'est ainsi que la TNT fut officiellement lancée par le Président de la République Macky Sall, le 17 juin 2015, conformément aux engagements pris avec l'UIT. Le Sénégal vient ainsi d'enclencher son basculement vers le tout numérique. Cependant, beaucoup d'intellectuels et experts sont d'avis que le Sénégal n'était pas prêt à lancer sa TNT et que son lancement relève plus d'une mise en scène politico-médiatique que d'un véritable basculement vers le numérique. Par ailleurs, le journaliste Ngagne Fall estime que la réforme serait une énième tentative de l'Etat de maîtriser l'audiovisuel. Si les médias du secteur public sont carrément sous la coupole du régime, ceux du secteur privé échappent pour le moment à tout contrôle du pouvoir Étatique. Et la TNT pourrait être une volonté inavouée des pouvoirs publics de maîtriser l'ensemble du secteur de l'audiovisuel. Ces soupçons sont d'autant plus légitimes qu'en 2013 le Président Macky Sall a publiquement reproché au régime précédent d'avoir créé le désordre dans le secteur de l'audiovisuel en délivrant des licences à tour de bras. Selon les dires du Président, repris par N. Fall : « *Les autres (l'ancien régime), avant de partir, ils ont donné plus de 100 licences à des politiques, à des proches du pouvoir pour en faire une arme politique et s'attaquer aux autres. Ce n'est pas juste. Nous allons mettre de l'ordre dans tout cela* »³¹⁶ Pour une gestion optimale de la TNT, l'Etat du Sénégal décide de la mise en place de la Société de Télédiffusion du Sénégal (TDS), en 2017. L'article 149 du nouveau code de la presse, stipule que : « *Outre les missions qui lui sont dévolues par la loi relative à sa création, l'opérateur de diffusion assure la diffusion en mode numérique terrestre conformément à la composition des multiplex établis et aux clauses de sa convention avec l'organe de régulation. Il assure selon son cahier des charges la collecte des programmes auprès des éditeurs autorisés, le transport et le multiplexage des services et la diffusion à destination du public.* »³¹⁷ La TDS devient ainsi un instrument de gestion unifiée de l'audiovisuel parce que tout le monde diffuse dans le même centre de diffusion, quand le basculement sera complet. Ce qui permet un contrôle plus simple et plus efficace des chaînes de radio et de télévision. Avec la TDS, nul besoin de se déplacer pour couper le signal d'une chaîne de télévision ou de

³¹⁵ Ibid.

³¹⁶ Ibid.

³¹⁷ <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>, consulté le 21/04/2022.

radio, cette opération coercitive peut être exécutée en appuyant simplement sur un bouton. Nous pouvons affirmer qu'avec ce basculement vers le numérique, le secteur de l'audiovisuel sénégalais est entré de plain-pied dans son ultime phase d'assainissement et modernisation.

Le paysage télévisuel sénégalais est aussi marqué par une présence massive des télévisions satellitaires. Cette présence date du début des années 90 quand les africains ont vu les premières télévisions transfrontalières s'installer dans leurs pays. Au Sénégal, c'est en 1991 que Canal Horizon a reçu son autorisation d'émettre. S'en suivra une myriade de chaînes internationales venant des Etats Unis et même de la Chine. Cette révolution qui s'est opérée dans le petit écran eu principalement, deux implications : le début d'un impérialisme culturel et la fin du monopole des médias publics. En effet, tout comme avec la radio, les grandes puissances occidentales entendent par le biais de la télévision étendre et maintenir leur zone d'influence culturelle en Afrique. Cela pourrait être perçu comme un maillon du dispositif global de la mondialisation ou de la globalisation. Les africains se voient ainsi bombardés à longueur de journée de programmes culturels auxquels ils n'ont jamais eu accès. Abdoul Ba l'explique d'ailleurs en ces termes : *« Le monde entier est désormais offert aux téléspectateurs africains parabolisés, de plus en plus nombreux, sous le mode du regard. De plus, dans des sociétés où les traditions orales ont été pratiquement les seules formes de communication pendant des siècles, l'image et le son ont toujours été perçus comme des pôles indiciels d'un événement. Désormais, les téléspectateurs africains n'ont plus le sentiment frustrant d'être considérés comme des enfants devant se contenter uniquement de ce que l'État veut bien leur présenter. Le téléspectateur africain est maintenant libre de choisir et de regarder ce qui l'intéresse grâce à l'amélioration des techniques de diffusion. Il a la faculté d'exercer sa critique vis-à-vis de ce qui se fait en dehors de chez lui et de choisir les exemples qu'il lui paraît bon de suivre. »*³¹⁸ Cette libéralisation de la télévision entraîne de facto la perte de son contrôle par les pouvoirs politiques. Comme nous l'avons déjà souligné, la période post indépendance dans les pays africains a été marquée, jusqu'aux années 90, par un monopole quasi-total des médias publics. L'arrivée de ces médias internationaux a participé à l'effort de démocratisation des Etats africains mais a surtout stimulé le secteur privé africain à se lancer dans la création d'organes de presse. D'après Abdoul Ba : *« La fonction d'information est donc un élément essentiel du processus démocratique. Les médias ont*

³¹⁸ https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1996_num_108_1_2676, consulté le 23/04/2022.

*participé activement, et souvent contre vents et marées, au processus de démocratisation en cours dans ces pays. »*³¹⁹

La numérisation du secteur de l'information et de la communication a aussi permis l'émergence et le développement des médias en ligne. 450 sites sont actuellement répertoriés.³²⁰ Nous pouvons distinguer la WebTV, les journaux en ligne et la Web Radio.

« La web TV ou webtélé est la diffusion de programmes télévisuels sur le Web. Le terme de Web TV désigne des chaînes de télévision uniquement diffusées par internet, en opposition aux chaînes de télévision classiques qui peuvent être diffusées sur le web en direct ou en rattrapage télé en complément des autres modes de diffusions (câble, IPTV, satellite). »³²¹

Selon le conseil supérieur de l'audiovisuel français, trois critères sont nécessaires pour qualifier un médium de Web Tv : Le service doit diffuser par une interface Web des signaux vidéo composés d'images et de sons (en opposition aux webradios) ; les émissions diffusées doivent être reçues et visionnées simultanément par les téléspectateurs (en opposition à la vidéo à la demande) ; la web TV doit disposer d'une grille de programmes structurée, résultant de choix éditoriaux, et partagée au public à l'avance (ce qui exclut les webcaméras diffusées en direct sur internet).³²² Sénégal TV et Carrapide TV ont été les premières web TV à voir le jour au Sénégal au début des années 2000. Aujourd'hui, c'est un réel engouement qui s'est créé au niveau de ces chaînes que l'on retrouve sur la toile. Émissions de divertissement, interviews, rediffusions de programmes, etc... Parmi les plus populaires, nous pouvons citer : Seneweb Tv ; Dakaractu Tv, la chaîne télé du journal en ligne de référence ; Pikine TV, la voie de la banlieue ; Marodi Tv, les meilleurs films et séries sénégalais en illimité ; Leuz Tv, la chaîne de la culture.

Un journal en ligne est : « un journal publié sur internet qui s'intéresse à toutes les informations politiques, économiques, culturelles ou sportives. »³²³ Au Sénégal les journaux en ligne foisonnent. Seneweb est le précurseur dans ce domaine. Ce portail a été créé en 1999 par un jeune sénégalais vivant aux Etats Unis. Selon Moda Gueye : « *Seneweb est devenu le point de ralliement ou de convergence des internautes sénégalais. Seneweb est incontestablement devenu une des figures de proue du Web sénégalais, mais aussi un site de référence du Web africain et même du Web en général. (...) Seneweb permet d'avoir accès à*

³¹⁹ Ibid.

³²⁰ Allocution du Président Macky Sall lors de la remise du cahier des doléances par les centrales syndicales à l'occasion de la fête du 1er mai 2022.

³²¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Web_TV, consulté le 23/04/2022.

³²² Ibid.

³²³ <https://www.appel.sn/#>, consulté le 24/04/2022.

*l'information diffusée quotidiennement par les médias sénégalais de manière synchrone ou asynchrone. (...) Seneweb contribue ainsi à la vitalité des médias sénégalais, en leur offrant un autre canal ou support de diffusion. »*³²⁴ Ce portail d'information numérique est très fréquenté par les sénégalais, particulièrement, ceux de la diaspora. C'est une plateforme de partages et d'échanges autour des questions politiques qui rythment la vie du pays. Seneweb favorise ainsi la participation citoyenne et renforce le sentiment d'appartenance communautaire.

L'autre élément constitutif des médias en ligne est la Web Radio. Elle est considérée comme : *« une installation informatique permettant la diffusion radiophonique sur Internet grâce à la technologie de la lecture en continu. Il existe des webradios généralistes, et d'autres diffusant de la musique thématique. »*³²⁵ Dans ce domaine aussi Seneweb fait figure de référence. Selon Moda Gueye : *« Seneweb Radio a commencé à diffuser ses programmes sur internet en mars 2008. L'ambition affichée par les responsables de Seneweb Radio, c'est de la hisser au sommet pour en faire la radio de la diaspora sénégalaise en particulier et de la diaspora africaine en général. »*³²⁶ Seneweb Radio est très populaire au sein de la diaspora sénégalaise. Ce qui fait incontestablement ce succès, c'est la chronique "les lignes ennemies" et l'émission "deug deug" du journaliste, écrivain, Souleymane Jules Diop, depuis son lieu d'exil au Canada. Dans cette émission très attendue tous les mardis, il fait des révélations fracassantes et dénonce la gestion du pays par le régime d'Abdoulaye Wade ainsi que son projet de dévolution monarchique du pouvoir à son fils Karim Wade. Il y a ensuite l'émission "Diaspora". Ces émissions traitent essentiellement de politique et permettent ainsi aux compatriotes restés au pays et ceux de la diaspora d'être au diapason de la situation politique. D'autres Webradios très populaires se sont aussi développées comme Keur Gou Mak créée par Amath Diouf.

Parler du panorama des médias au Sénégal nous entraîne forcément à évoquer le nouveau code de la presse, adopté sous le règne du Président Macky Sall.

Le paysage médiatique sénégalais a toujours joué un rôle crucial dans le renforcement de la démocratie et la promotion de la liberté d'expression. La presse, en tant que quatrième pouvoir, est un pilier essentiel pour l'information du public et le contrôle des autres pouvoirs. Cependant, la régulation de ce secteur reste indispensable pour garantir à la fois la liberté

³²⁴ Les médias africains à l'heure du numérique, sous la direction de Annie Lenoble-Bart et de Annie Chéneau-Loquay, in Les cahiers de NETSUDS, N° 5, Septembre 2010, p 127-128

³²⁵ <https://www.appel.sn/>, consulté le 24/04/2022.

³²⁶ Les médias africains à l'heure du numérique, op.cit., p 43

d'expression et la responsabilité des médias. Le nouveau code de la presse au Sénégal, adopté en 2017 et comprenant 230 articles, vise à répondre à ces exigences tout en s'adaptant aux défis contemporains. Nous allons analyser ce nouveau cadre législatif, ses principales dispositions, les réactions qu'il suscite, et son impact potentiel sur la pratique du journalisme et la liberté de la presse.

Depuis l'indépendance, le Sénégal a connu plusieurs évolutions législatives en matière de régulation de la presse. Les premières lois ont été conçues pour structurer un paysage médiatique en pleine croissance et pour assurer une certaine liberté de la presse tout en maintenant l'ordre public. Au fil des décennies, diverses réformes ont été introduites pour s'adapter aux changements sociopolitiques et technologiques. Cependant, avec l'avènement des médias numériques et l'augmentation de la désinformation, il est devenu évident que les cadres législatifs précédents étaient obsolètes. La nécessité d'un nouveau code de la presse est apparue pour moderniser la régulation, protéger les journalistes, et garantir une information de qualité. Les principales dispositions du nouveau code de la presse sont :

Carte de Presse et Formation

Pour exercer en tant que journaliste, il est désormais obligatoire d'obtenir une carte de presse et de suivre une formation. Cette disposition vise à professionnaliser le métier et à garantir que les journalistes disposent des compétences nécessaires pour exercer leur fonction de manière éthique et responsable.

Entreprises et Conventions

Les entreprises de presse doivent établir une convention et obtenir une autorisation pour opérer. Cette mesure vise à assurer une régulation efficace du secteur et à garantir que seules les entreprises respectant les normes établies puissent fonctionner.

Sanctions Pénales

Le code maintient des sanctions pénales sévères, allant jusqu'à deux ans de prison pour diffamation et trois ans pour la publication de "nouvelles fausses" susceptibles de porter atteinte au moral de la population ou de jeter le discrédit sur les institutions publiques. Ces dispositions visent à lutter contre la désinformation et à protéger la réputation des individus et des institutions.

Protection des Sources

Le code garantit la protection des sources des journalistes. Ils ne sont pas tenus de révéler leurs informateurs, sauf dans des circonstances exceptionnelles. Cette protection est essentielle pour le journalisme d'investigation et pour assurer que les sources puissent communiquer des informations sensibles sans craindre des représailles.

Droit de Réponse

Les personnes diffamées ont le droit de répondre dans le même média où l'atteinte a été publiée. Cette disposition permet de garantir que les victimes de diffamation puissent rétablir leur réputation de manière équitable.

Contenu Sensible

Le code interdit la publication de contenus incitant à la haine, à la violence ou à la discrimination. Cette mesure vise à maintenir l'ordre public et à protéger les droits des individus contre les discours haineux et discriminatoires.

Responsabilité des Éditeurs

Les éditeurs sont responsables du contenu publié dans leurs médias. Ils doivent veiller à ce que les informations diffusées soient exactes et respectueuses des lois en vigueur.

Encadrement Juridique des Médias en Ligne

Le code vise à fournir un cadre légal pour les médias en ligne, garantissant leur fonctionnement tout en respectant les droits et responsabilités. Les médias numériques sont soumis à des régulations similaires à celles des médias traditionnels, ce qui est crucial pour lutter contre la propagation des fake news.

Protection des Données et Vie Privée

Le code prend en compte les questions relatives à la protection des données et à la vie privée dans le contexte numérique. Les médias en ligne doivent respecter les lois sur la protection des données personnelles, garantissant ainsi la confidentialité des informations des utilisateurs.

Responsabilité des Acteurs des Réseaux Sociaux

Le code établit des règles pour les journalistes, les éditeurs et les utilisateurs des réseaux sociaux, afin de maintenir des normes éthiques et déontologiques. La diffusion de fausses informations en ligne est régie par le Code de la Presse, avec des sanctions pour ceux qui publient des contenus illicites.

Les réactions au nouveau code de la presse ont été variées. Les associations de journalistes ont généralement salué les protections accrues pour les professionnels de l'information, mais certaines ont exprimé des préoccupations quant à la rigueur des nouvelles régulations. Les organisations de la société civile ont également partagé des points de vue divergents, soulignant à la fois les avancées en matière de droits et les risques potentiels de censure.

Les principaux débats autour du nouveau code concernent l'équilibre entre régulation et liberté de la presse. D'un côté, les partisans du code soutiennent qu'il est nécessaire pour assurer une information de qualité et protéger les citoyens contre la désinformation. De l'autre

côté, les critiques craignent que des réglementations trop strictes puissent limiter la liberté d'expression et conduire à une autocensure des journalistes.

Le nouveau code de la presse promet d'améliorer les conditions de travail des journalistes en renforçant leur protection et en clarifiant leurs droits. Cependant, les nouvelles réglementations posent également des défis, notamment en termes de conformité aux normes éthiques strictes et de respect des procédures de régulation. Les journalistes devront s'adapter à ces nouvelles exigences tout en continuant à exercer leur métier avec rigueur et indépendance.

Le nouveau code pourrait encourager un paysage médiatique plus diversifié en soutenant les médias indépendants et en limitant la concentration des médias. Cependant, il existe aussi des risques que des réglementations trop strictes découragent les nouveaux entrants et réduisent la pluralité des opinions. Il sera crucial de surveiller l'impact de ces réglementations pour s'assurer qu'elles favorisent réellement la diversité médiatique.

En établissant des normes claires et des mécanismes de régulation, le nouveau code de la presse vise à améliorer la qualité de l'information diffusée au Sénégal. Les mesures contre la désinformation, telles que la promotion de la vérification des faits, sont particulièrement importantes dans un contexte où les fake news peuvent avoir des conséquences graves. Ces initiatives devraient renforcer la confiance du public dans les médias et contribuer à un débat public plus informé.

Malgré ses avancées, le nouveau code de la presse fait face à plusieurs défis en matière de mise en œuvre. La formation des journalistes et des acteurs des médias est essentielle pour assurer une compréhension claire des nouvelles réglementations. De plus, la sensibilisation du public à ses droits et responsabilités est cruciale pour renforcer la confiance dans les médias.

En outre, les institutions chargées de faire respecter le code doivent être indépendantes et efficaces pour éviter tout abus de pouvoir. La transparence et la responsabilité des organes de régulation sont des éléments clés pour garantir la crédibilité du cadre législatif.

Le nouveau code de la presse au Sénégal représente une avancée significative dans la régulation du secteur médiatique. En équilibrant la protection des droits des journalistes avec des obligations claires, il vise à renforcer la liberté de la presse tout en garantissant une information de qualité. Toutefois, il est essentiel de continuer à surveiller et évaluer l'impact de ce cadre législatif pour s'assurer qu'il répond aux besoins évolutifs du paysage médiatique. Des ajustements et des réformes futures pourraient être nécessaires pour continuer à promouvoir une presse libre, responsable et diversifiée. L'engagement continu des parties prenantes, y compris les journalistes, les régulateurs, et le public, sera crucial pour maintenir cet équilibre et renforcer la démocratie au Sénégal.

Nous présentons en annexe le nouveau code de la presse sénégalaise.

Quid de la régulation des médias en ligne ?

Mamadou Baal, expert en audiovisuel ayant participé aux travaux sur le Code de la presse explique : « (...) le CNRA est appelé à disparaître puisque son rôle s'arrêtait à l'audiovisuel. Nous allons vers une autre entité qui va s'appeler Haute autorité de régulation de la communication audiovisuelle. » Cette nouvelle autorité de régulation est ainsi appelée à recevoir des « compétences élargies ».³²⁷

Le CNRA dresse le panorama des médias en ces termes : « Et pourtant, à l'esthétique d'un paysage, il nous faudra préférer la réalité vivante, turbulente et féconde d'un panorama. Car le panorama médiatique sénégalais impose aux acteurs une vision dynamique des choses, le paysage étant en constante évolution chargé de son passé, sage de sa propre écologie et déjà riche de son devenir. Or, le paysage s'apparente tantôt à un jardin, tantôt à une savane épineuse, tantôt à une brousse féconde et désordonnée. Dans un tel enchevêtrement, le consommateur d'information a besoin de repères. »³²⁸ L'organisme de régulation est chargé de s'assurer que tous les participants respectent les règles, principes et dispositions contractuelles établis pour régir les activités du secteur audiovisuel. Cependant, il n'interfère avec aucune étape du processus d'assignation des fréquences, de signature des accords de concession et d'élaboration des cahiers des charges. Son rôle se limite au contrôle et aux sanctions. Le portail de communication et d'échange avec les autres acteurs institutionnels est en attente de formalisation et d'expérimentation afin d'offrir un cadre unifié de développement audiovisuel. La radio et la télévision sur Internet, voire la radio et la télévision sur téléphone mobile existent déjà, tant du point de vue de la concurrence que du point de vue du contenu des programmes, ce qui conduira inévitablement à un réajustement de la réglementation et à un repositionnement des politiques de régulation.

CONCLUSION.

Les rapports entre les pouvoirs politiques issus de l'alternance et les médias privés ont connu des fortunes diverses. Sous le régime du Président Wade, ces rapports étaient particulièrement tendus donnant lieu à une campagne de diabolisation du régime sans précédent. Les médias du secteur public sont restés fidèles à leur rôle de propagande au service du régime, malgré une

³²⁷ Malick Ndiaye, El Hadji. « La régulation des sites web d'information au Sénégal et en Côte d'Ivoire », Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 22/2, no. 22, 2021, pp. 165-179., consulté le 24/04/2022.

³²⁸ <http://www.cnra.sn/do/le-paysage/>, consulté le 24/04/2022.

tentative de réforme. Sous la présidence de Macky SALL, beaucoup de patrons d'organes de presse et de journalistes ont rejoint le pouvoir. Ce qui a permis l'instauration d'un climat assez calme. La ligne éditoriale de la RTS est aujourd'hui, plus que jamais, chevillée à l'action du pouvoir.

L'espace politique sénégalais compte également en son sein des organismes de régulation et de pacification des rapports entre acteurs.

TITRE II : LES RESSORTS INSTITUTIONNELS, SOCIOCULTURELS ET RELIGIEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.

Au Sénégal, l'espace politique n'est pas un espace dédié, réservé uniquement aux hommes politiques, aux médias ou aux OSC et autres mouvements sociaux. D'autres acteurs, sans coloration politique, prennent activement part aux interactions politiques dans le but de pacifier la société politique, en faisant respecter les règles du jeu politique mais aussi en jouant le rôle de médiateur entre acteurs politiques en cas de profondes divergences.

Des institutions ont été créées pour assurer l'équilibre et l'équité entre les différentes chapelles politiques, mais aussi pour garantir la transparence et la sincérité du processus électoral, gage de stabilité politique et de paix civile. En outre, le Sénégal, pays africain profondément ancré dans ses valeurs traditionnelles, a su mettre à contribution certaines institutions culturelles pour aider à la résolution des conflits dans l'espace politique.

CHAPITRE I : LES LEVIERS INSTITUTIONNELS ET SOCIOCULTURELS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.

La communication politique au Sénégal implique aussi plusieurs organismes neutres et dont les missions consistent, pour chaque institution, dans son domaine, à faire respecter les règles démocratiques établies.

Section I : Les organismes régulateurs de la vie politique et sociale au Sénégal.

Pour étudier les institutions régulatrices de la vie politique sénégalaise nous allons d'abord examiner les trois principales institutions majeures de la république, à savoir l'exécutif, le législatif et le judiciaire.

A/ Le Pouvoir Exécutif.

Le Sénégal, depuis son indépendance en 1960, a instauré une République où le pouvoir exécutif joue un rôle central. Le pouvoir exécutif au Sénégal est principalement exercé par le Président de la République et son gouvernement. Ce système est structuré de manière à équilibrer les pouvoirs tout en permettant une gouvernance efficace du pays. Cette dissertation se propose d'analyser la composition, les attributions, et le fonctionnement du pouvoir exécutif au Sénégal, ainsi que les mécanismes de contrôle et de responsabilité qui l'encadrent.

I. Composition du Pouvoir Exécutif

1. Le Président de la République

Le Président de la République est le chef de l'État et détient la plus haute autorité exécutive au Sénégal. Il est élu au suffrage universel direct pour un mandat de cinq ans, renouvelable une fois. Depuis la réforme constitutionnelle de 2016, la durée du mandat présidentiel a été réduite de sept à cinq ans, avec une limitation à deux mandats consécutifs.

Le Président de la République est le garant de l'indépendance nationale, de l'intégrité territoriale et du respect de la Constitution. Il est également le chef des armées et dispose du pouvoir de nommer aux emplois civils et militaires.

2. Le Gouvernement

Le gouvernement est composé du Premier ministre et des ministres. Le Premier ministre est nommé par le Président de la République et est chargé de diriger l'action du gouvernement. Les ministres sont également nommés par le Président sur proposition du Premier ministre.

Le gouvernement est responsable devant le Président de la République et, dans une certaine mesure, devant l'Assemblée nationale. Chaque ministre est à la tête d'un département

ministériel et est responsable de l'exécution des politiques publiques dans son domaine de compétence.

II. Attributions du Pouvoir Exécutif

1. Les Pouvoirs du Président de la République

Le Président de la République dispose de pouvoirs étendus qui lui permettent de gouverner efficacement. Ses attributions incluent :

- La promulgation des lois : Le Président promulgue les lois adoptées par l'Assemblée nationale. Il dispose également du pouvoir de demander une nouvelle délibération de la loi avant sa promulgation.
- La nomination des membres du gouvernement : Le Président nomme le Premier ministre et les autres membres du gouvernement.
- Le droit de grâce : Le Président peut accorder des grâces aux condamnés.
- La direction de la politique étrangère : Il représente le Sénégal à l'étranger et négocie et ratifie les traités internationaux.
- La dissolution de l'Assemblée nationale : Le Président peut dissoudre l'Assemblée nationale, ce qui entraîne l'organisation de nouvelles élections législatives.

2. Les Responsabilités du Gouvernement

Le gouvernement, sous la direction du Premier ministre, met en œuvre la politique de la nation. Les principales responsabilités du gouvernement incluent :

- L'exécution des lois : Le gouvernement est chargé de l'application des lois votées par l'Assemblée nationale.
- La préparation du budget : Le gouvernement prépare et exécute le budget de l'État.
- La gestion des affaires courantes : Le gouvernement administre les services publics et veille au bon fonctionnement de l'administration.
- La proposition de lois : Le gouvernement peut soumettre des projets de loi à l'Assemblée nationale pour adoption.

III. Contrôle et Responsabilité du Pouvoir Exécutif

1. Le Contrôle Parlementaire

L'Assemblée nationale exerce un contrôle sur le pouvoir exécutif. Les députés peuvent interpellier le gouvernement sur sa gestion et ses politiques. Le gouvernement doit répondre aux questions des députés et peut être mis en cause par des motions de censure. Si une motion de censure est adoptée, le gouvernement doit démissionner.

2. Les Institutions de Contrôle

Plusieurs institutions sont chargées de contrôler l'action du pouvoir exécutif :

- Le Conseil constitutionnel : Il veille au respect de la Constitution et peut être saisi pour juger de la constitutionnalité des lois et des actes réglementaires.

- La Cour des comptes : Elle contrôle la gestion financière de l'État et des institutions publiques.
- Le Médiateur de la République : Il intervient pour régler les différends entre les citoyens et l'administration publique.

IV. Les Défis et Perspectives du Pouvoir Exécutif au Sénégal

1. Les Défis

Le pouvoir exécutif au Sénégal, malgré sa structure et ses mécanismes de contrôle, fait face à plusieurs défis :

- La centralisation du pouvoir : Le Président de la République détient de vastes pouvoirs, ce qui peut conduire à une centralisation excessive et à des abus de pouvoir.
- La corruption : La corruption demeure un problème persistant qui affecte la transparence et l'efficacité de l'administration publique.
- La gouvernance démocratique : Assurer une véritable séparation des pouvoirs et une gouvernance démocratique efficace reste un défi majeur.

2. Les Perspectives

Pour renforcer le pouvoir exécutif et améliorer la gouvernance au Sénégal, plusieurs mesures peuvent être envisagées :

- Renforcer les institutions de contrôle : Améliorer les capacités des institutions de contrôle pour assurer une meilleure surveillance de l'action gouvernementale.
- Décentraliser le pouvoir : Promouvoir la décentralisation pour rapprocher l'administration des citoyens et améliorer la participation locale.
- Lutter contre la corruption : Mettre en place des mécanismes robustes pour prévenir et combattre la corruption à tous les niveaux de l'administration.

Le pouvoir exécutif au Sénégal, centré autour du Président de la République et du gouvernement, joue un rôle crucial dans la gouvernance du pays. Bien que doté de pouvoirs étendus, il est encadré par divers mécanismes de contrôle pour prévenir les abus et assurer la responsabilité. Toutefois, des défis persistants tels que la centralisation du pouvoir et la corruption nécessitent une attention continue. Renforcer les institutions de contrôle, promouvoir la décentralisation et lutter contre la corruption sont des voies essentielles pour améliorer la gouvernance et soutenir la démocratie au Sénégal.

B/ Le Pouvoir Législatif.

Le pouvoir législatif au Sénégal joue un rôle crucial dans le système politique du pays. Composé principalement de l'Assemblée nationale, ce pouvoir est responsable de la création des lois, du contrôle de l'exécutif et de la représentation des citoyens. Depuis l'indépendance du Sénégal en 1960, le paysage législatif a évolué pour répondre aux besoins d'une démocratie moderne. Nous allons explorer la structure, les fonctions et les défis du pouvoir législatif au Sénégal.

I. Structure du Pouvoir Législatif

1. L'Assemblée Nationale

L'Assemblée nationale est l'unique chambre du Parlement sénégalais. Elle est composée de 165 députés élus pour un mandat de cinq ans. Les élections législatives se déroulent au suffrage universel direct selon un système mixte qui combine la représentation proportionnelle et le scrutin majoritaire.

La répartition des sièges se fait ainsi :

- 105 députés sont élus au scrutin majoritaire dans les circonscriptions électorales.
- 60 députés sont élus à la proportionnelle sur des listes nationales.

2. Le Bureau de l'Assemblée

L'Assemblée nationale est dirigée par un bureau composé du Président de l'Assemblée, des vice-présidents, des secrétaires et des questeurs. Le Président de l'Assemblée nationale est élu par ses pairs et joue un rôle clé dans la direction des débats et la représentation de l'institution.

3. Les Commissions Permanentes

Pour faciliter son fonctionnement, l'Assemblée nationale est organisée en commissions permanentes. Ces commissions examinent les projets et propositions de loi avant leur passage en séance plénière. Parmi les principales commissions, on trouve la Commission des finances, la Commission des lois, et la Commission des affaires étrangères.

II. Fonctions du Pouvoir Législatif

1. Législation

La principale fonction de l'Assemblée nationale est de légiférer. Elle adopte les lois qui régissent la vie publique et les politiques nationales. Les projets de loi peuvent être initiés par le gouvernement ou par les députés eux-mêmes. Une fois adoptés par l'Assemblée nationale, les projets de loi sont transmis au Président de la République pour promulgation.

2. Contrôle de l'Exécutif

L'Assemblée nationale exerce un contrôle sur le pouvoir exécutif. Ce contrôle se manifeste par divers moyens, notamment :

- Les questions orales et écrites : Les députés peuvent poser des questions aux membres du gouvernement pour obtenir des clarifications sur des sujets d'intérêt public.
- Les commissions d'enquête : L'Assemblée peut créer des commissions d'enquête pour examiner des affaires spécifiques et faire des recommandations.
- Le vote de confiance et la motion de censure : L'Assemblée nationale peut accorder ou retirer sa confiance au gouvernement. Une motion de censure, si elle est adoptée, peut entraîner la démission du gouvernement.

3. Représentation

Les députés représentent les citoyens sénégalais. Ils sont élus pour défendre les intérêts de leurs électeurs et pour porter leurs préoccupations au niveau national. Cette représentation est essentielle pour assurer la légitimité et la responsabilité démocratique du gouvernement.

III. Défis et Perspectives

1. Les Défis

Le pouvoir législatif au Sénégal fait face à plusieurs défis :

- La dépendance vis-à-vis de l'exécutif : Historiquement, l'Assemblée nationale a souvent été perçue comme subordonnée au pouvoir exécutif, limitant ainsi son efficacité en tant que contre-pouvoir.
- Le manque de ressources : L'insuffisance des ressources matérielles et humaines peut entraver le travail des députés et des commissions.
- La participation citoyenne : Le faible niveau de participation des citoyens aux processus législatifs et aux élections reste un défi majeur pour la démocratie sénégalaise.

2. Les Perspectives

Pour renforcer le pouvoir législatif au Sénégal, plusieurs mesures peuvent être envisagées :

- Renforcement de l'indépendance : Accroître l'indépendance de l'Assemblée nationale vis-à-vis de l'exécutif pour garantir un meilleur équilibre des pouvoirs.
- Amélioration des capacités : Fournir plus de ressources et de formations aux députés et au personnel parlementaire pour améliorer l'efficacité législative.
- Promotion de la participation citoyenne : Encourager une plus grande participation des citoyens à la vie politique, notamment à travers des mécanismes de consultation publique et d'engagement communautaire.

Le pouvoir législatif au Sénégal est une institution centrale pour la démocratie du pays. Malgré les défis, il joue un rôle crucial dans la création des lois, le contrôle de l'exécutif et la représentation des citoyens. Renforcer ce pouvoir est essentiel pour garantir un système politique équilibré et démocratique, capable de répondre efficacement aux besoins et aspirations des Sénégalais.

C/ Le Conseil Constitutionnel.

Le Conseil Constitutionnel du Sénégal a été institué à la faveur de la grande réforme judiciaire du 30 mai 1992. Il remplace la Cour Suprême et va alors reprendre les attributions jadis dévolues à cette dernière en matière de contrôle de la constitutionnalité des lois.

Le Conseil constitutionnel se prononce sur :

- la constitutionnalité des règlements intérieurs des assemblées ;
- la constitutionnalité des lois ;
- le caractère réglementaire des dispositions de forme législative ;
- la constitutionnalité des lois organiques ;
- la recevabilité des propositions de loi et amendements d'origine parlementaire ;
- la constitutionnalité des engagements internationaux ;

- les exceptions d'inconstitutionnalité soulevées devant la Cour suprême ;
- et sur tous les conflits de compétence entre le pouvoir exécutif et le pouvoir législatif.³²⁹

En matière électorale, le Conseil Constitutionnel est compétent pour les élections nationales : celle du Président de la République, celle des députés et celle des hauts conseillers. Le Conseil constitutionnel reçoit les candidatures à la présidence de la République, arrête la liste des candidats, statue sur les contestations relatives aux élections du Président de la République et des députés à l'Assemblée nationale et en proclame les résultats. Il reçoit le serment du Président élu. Le cas échéant, le CC constate la démission, l'empêchement, ou le décès du Président de la République. Il fait de même avec les personnes appelées à suppléer le Président de la République.³³⁰

Le CC comprend sept membres nommés par le Président de la République, dont deux sur une liste de quatre personnalités proposées par le président de l'Assemblée nationale.³³¹ Ils sont choisis parmi les hauts magistrats, les professeurs titulaires de droit, les inspecteurs généraux d'Etat et les avocats. A noter que les personnalités visées, en activité ou à la retraite, doivent avoir comptabiliser au moins vingt ans d'expérience professionnelle ou vingt ans d'ancienneté dans la fonction publique. Afin de garantir leur indépendance, la constitution prévoit que les membres du Conseil Constitutionnel sont nommés pour un mandat de six ans, non renouvelable et qu'il ne peut être mis fin à leurs fonctions avant l'expiration de leur mandat que sur leur demande, ou pour incapacité physique et sur avis conforme du Conseil (article 89 de la constitution).³³² Suite à l'introduction du parrainage citoyen dans le code électoral, le CC a pris la DÉCISION n° 1/2018 portant mise en place d'un dispositif de vérification des parrainages et fixant les modalités de son fonctionnement (cf. <https://conseilconstitutionnel.sn/parrainage>). Désormais, pour participer à l'élection présidentielle et à l'élection législative, les candidats et coalitions de partis doivent obligatoirement déposer des formulaires de parrainages dûment remplis au niveau du CC. Et c'est après vérification que le CC publie la liste définitive des candidats ou listes de candidats qualifiés à participer aux élections. Pour les élections législatives du 31 juillet 2022, le ministère de l'intérieur appelle d'ores et déjà les partis et coalitions de partis désireux de participer à ces joutes électorales d'aller retirer les formulaires de parrainage au niveau du CC.

Et quid des interactions et influences mutuelles entre ces trois institutions majeures ?

Le système politique sénégalais repose sur une séparation des pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire, chacun ayant des rôles distincts mais interdépendants. Ces interactions sont essentielles pour maintenir l'équilibre démocratique et prévenir l'abus de pouvoir. Voici une description succincte des interactions et influences mutuelles entre ces trois pouvoirs.

1. Pouvoir Exécutif et Pouvoir Législatif

³²⁹ Yankhoba Ndiaye Isaac, « Le Conseil constitutionnel sénégalais », *Les Nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel*, 2014/4 (N° 45), p. 77-103. DOI : 10.3917/nccc1.045.0077. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-nouveaux-cahiers-du-conseil-constitutionnel-2014-4-page-77.htm>, consulté le 18/04/2022.

³³⁰ S. M. Sy, op.cit., p.271.

³³¹ <http://conseilconstitutionnel.sn/comment-est-compose-le-conseil-constitutionnel/>, consulté le 18/04/2022.

³³² <http://conseilconstitutionnel.sn/quel-est-le-statut-des-membres/>, consulté le 18/04/2022.

- Initiation des lois : Le pouvoir exécutif, représenté par le Président de la République et son gouvernement, peut proposer des projets de loi à l'Assemblée nationale. Bien que l'Assemblée ait le pouvoir de légiférer, les initiatives législatives proviennent souvent du gouvernement.
- Dissolution de l'Assemblée Nationale : Le Président de la République peut, après consultation du Président de l'Assemblée nationale et du Conseil constitutionnel, prononcer la dissolution de l'Assemblée nationale. Les élections générales ont lieu vingt à quarante jours après la dissolution.³³³

Cette disposition permet au Président de la République de dissoudre l'Assemblée nationale sous certaines conditions, notamment après avoir consulté les instances appropriées, afin de garantir que cette mesure soit prise de manière réfléchie et démocratique.

- Contrôle parlementaire : L'Assemblée nationale contrôle l'exécutif par le biais de questions orales et écrites, des commissions d'enquête, et des motions de censure. Ce contrôle permet de maintenir l'exécutif responsable de ses actions.
- Approbation des budgets : Le budget de l'État, préparé par le gouvernement, doit être approuvé par l'Assemblée nationale. Cela donne au législatif une influence significative sur les priorités et les dépenses de l'exécutif.

2. Pouvoir Exécutif et Pouvoir Judiciaire

- Nomination des juges : Le Président de la République joue un rôle crucial dans la nomination des juges, notamment ceux de la Cour suprême. Cette interaction peut influencer l'indépendance du pouvoir judiciaire. Le Président de la République préside également le Conseil Supérieur de la Magistrature.
- Application des lois : Le pouvoir exécutif est responsable de l'application des décisions judiciaires. La coopération entre les deux pouvoirs est essentielle pour l'exécution effective des lois et des jugements.
- Contrôle constitutionnel : Le Conseil constitutionnel, qui peut être influencé par l'exécutif, joue un rôle crucial en interprétant la constitution et en veillant à ce que les lois et les actes du gouvernement soient conformes à celle-ci.

3. Pouvoir Législatif et Pouvoir Judiciaire

- Contrôle juridictionnel : Le pouvoir judiciaire peut contrôler la constitutionnalité des lois votées par l'Assemblée nationale. Cette fonction de contrôle judiciaire est essentielle pour protéger les droits des citoyens et garantir que les lois respectent la constitution.
- Immunité parlementaire : Les députés bénéficient d'une immunité parlementaire qui les protège contre certaines poursuites judiciaires, sauf en cas de levée de cette

³³³ Article 87 de la Constitution sénégalaise

immunité par l'Assemblée nationale. Cela illustre une interaction directe où le législatif peut influencer le judiciaire.

Les interactions et influences mutuelles entre les pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire au Sénégal sont conçues pour maintenir un équilibre délicat, essentiel à une démocratie fonctionnelle. Chacun de ces pouvoirs a des mécanismes pour contrôler et influencer les autres, ce qui permet de prévenir les abus et d'assurer une gouvernance responsable et transparente.

En plus de ces trois pouvoirs majeurs dans l'architecture institutionnelle, un certain nombre d'institutions ont été mises en place par l'Etat pour accompagner le processus politique. Il s'agit : d'organes régulateurs des élections, à savoir : la Commission Électorale Nationale Autonome (CENA), le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) ; d'organes judiciaires : la Cour Suprême et la cour d'appel de Dakar ; d'un organe tripartite : le Haut Conseil du dialogue social ; d'une institution indépendante : le médiateur de la République.

D/ La Commission Électorale Nationale Autonome C.E.N.A.

La CENA a été créée par une loi, le 11 mai 2005. Elle vient remplacer l'Observatoire national des élections (ONEL). Dans l'exposé des motifs, il est fait mention du rôle très important joué par l'ONEL dans la réduction des conflits post-électoraux, en dépit de ses manquements. La CENA compte ainsi s'appuyer sur ces acquis pour assurer un meilleur contrôle du processus électoral. La loi No 2005-07 portant création de la Commission Électorale Nationale Autonome, C.E.N.A présente ladite structure en son article L1 : « *La C.E.N.A est une structure permanente, dotée de la personnalité juridique et de l'autonomie financière.* »³³⁴ La nouvelle structure est indépendante, dotée d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. S'agissant de ses missions, l'article L2 de la loi dispose : « *La C.E.N.A contrôle et supervise l'ensemble des opérations électorales et référendaires. Elle veille, en particulier, à leur bonne organisation matérielle et y apporte les correctifs nécessaires à tout dysfonctionnement constaté. La C.E.N.A fait respecter la loi électorale de manière à assurer la régularité, la transparence, la sincérité des scrutins en garantissant aux électeurs, ainsi qu'aux candidats en présence, le libre exercice de leurs droits.* »³³⁵ Ses compétences sont larges et couvrent tout le processus électoral, avec des pouvoirs assez conséquents, comme le stipule l'article L3 de la loi : « *La C.E.N.A est obligatoirement présente à tous les niveaux de conception, d'organisation, de prise de décision et d'exécution depuis l'inscription sur les listes électorales jusqu'à la proclamation provisoire des résultats. En cas de non-respect des dispositions législatives et réglementaires relatives aux élections par une autorité*

³³⁴ <https://www.cena.sn/pages/creation.html>, consulté le 17/04/2022.

³³⁵ Ibid.

administrative, la C.E.N.A, après mise en demeure, peut prendre des décisions immédiatement exécutoires d'injonction, de rectification, de dessaisissement, de substitution d'action dans le cadre des opérations électorales, nonobstant son pouvoir de saisine des juridictions compétentes. »³³⁶ L'organisme est composé de 12 membres nommés par décret et choisis parmi les personnalités exclusivement de nationalité sénégalaise, jouissant d'une bonne réputation morale et appartenant à des organisations ou associations professionnelles, universitaires, et de la société civile. Il est précisé à l'article L4 que : « La C.E.N.A est dirigée par un Président, assisté d'un Vice-président et d'un Secrétaire Général nommés par décret. Les membres de la C.E.N.A sont nommés pour un mandat de six (6) ans renouvelables par tiers tous les trois (3) ans. Dans l'exercice de leurs fonctions, les membres de la C.E.N.A ne doivent solliciter ni recevoir d'instructions ou d'ordre d'aucune autorité publique ou privée. Dans l'accomplissement de sa mission, la C.E.N.A peut, en cas de besoin, recourir aux services d'experts indépendants. »³³⁷ L'organe de gestion du processus électoral est présent dans les 14 régions du pays, dans les 45 départements et dans les ambassades et consulats, à travers ses structures déconcentrées. L'article L8 énumère les attributions de la CENA qui sont au nombre de 20.³³⁸ Pendant les opérations de vote, les contrôleurs de la CENA doivent

³³⁶ Ibid.

³³⁷ Ibid.

³³⁸ Article L.8 Les attributions de la C.E.N.A sont les suivantes :

- Superviser et contrôler tout le processus d'établissement et de gestion du fichier électoral, avec un droit d'accès à la documentation relative aux analyses, à la configuration physique du matériel et des équipements informatiques, à la programmation et aux procédures de saisies, de mise à jour, de traitement et de restitution des données
- Superviser et contrôler l'établissement et la révision des listes électorales par la nomination d'un contrôleur auprès de toute commission ou de toute structure chargée de l'inscription sur les listes électorales, ainsi que leur révision ou refonte ; ce contrôleur garde un feuillet de l'attestation d'inscription ou de modification de l'inscription de chaque électeur et sur la souche qui sert de support à la saisie informatique.
- Contrôler et superviser toute mise à jour de la carte électorale
- Superviser et contrôler l'impression et la distribution des cartes d'électeurs ; la C.E.N.A est informée de tout le processus d'appel à concurrence et de commande des cartes d'électeurs ; un contrôleur, nommé par elle, est présent de droit dans toute commission ou structure chargée de distribuer des cartes d'électeurs
- Superviser et contrôler le dépôt des dossiers de candidature aux élections régionales pour attester du dépôt dans les formes et les délais légaux
- Veiller à ce que les candidats à l'élection présidentielle, les listes de candidats et la C.E.N.A reçoivent la liste des électeurs par bureau de vote, deux semaines au moins avant la date du scrutin
- Superviser et contrôler la commande et l'impression des bulletins de vote
- Veiller à ce que la publication de la liste des bureaux de vote soit faite au plus tard quarante (40) jours avant le début de la campagne électorale, ainsi que sa notification aux candidats et listes des candidats
- Valider la nomination des membres des commissions d'inscription des membres des commissions de révision, des membres des commissions de distribution, ainsi que des membres des bureaux de vote, désignés par l'Administration
- Superviser et contrôler avec les partis politiques, la mise en place du matériel et des documents électoraux
- Contrôler et superviser la publication des listes électorales et faire procéder aux rectifications nécessaires, contrôler le décompte des cartes d'électeurs non retirées, désigner ses contrôleurs dans tous les bureaux de

être présents dans tous les bureaux de vote pour veiller à leur bon déroulement. Elle supervise la désignation des observateurs nationaux et internationaux, ainsi que le ramassage et la centralisation des procès-verbaux dressés après le comptage des votes. Comme nous l'avons évoqué, la CENA dispose de pouvoirs substantiels pour faire respecter la loi électorale. L'article L15 dispose : *« La C.E.N.A. veille à ce que la loi électorale soit appliquée et respectée aussi bien par les autorités administratives que par les partis politiques, les candidats et les électeurs. En cas de non-respect des dispositions législatives et réglementaires relatives aux élections ou référendums par une autorité administrative, la C.E.N.A lui enjoint de prendre les mesures de correction appropriées. Si l'autorité administrative ne s'exécute pas, la C.E.N.A dispose du pouvoir de dessaisissement et de substitution d'action dans le cadre des opérations électorales à l'égard de l'agent responsable, nonobstant son pouvoir de saisine des juridictions compétentes. Elle propose, en outre, des sanctions administratives contre l'agent responsable et s'assure de leur exécution. Les manquements commis par les partis politiques, les candidats ou les électeurs, sont portés par la C.E.N.A devant les autorités judiciaires qui statuent sans délai. Le Procureur de la République ou son délégué, saisi d'une plainte par la C.E.N.A à l'occasion des opérations électorales, garde l'initiative des poursuites. Toutefois dans la mise en œuvre de cette action, la C.E.N.A est partie jointe à toutes étapes de la procédure. En cas de besoin, la C.E.N.A peut saisir le tribunal par citation directe du ou des mis en cause. »* (Article L10) Dans l'exercice de leur fonction, les membres de la CENA ne peuvent être poursuivis, recherchés, arrêtés, détenus ou jugés pour des opinions exprimées ou des actes commis, sauf en cas de flagrant délit. Enfin, soulignons qu'après chaque élection ou référendum, la CENA adresse un rapport au Président de la République dans les 3 mois qui suivent le scrutin. Elle adresse également un rapport d'activités annuel au chef de l'Etat, un mois après la fin de l'année. Ces deux rapports, après transmission, doivent être publiés. Après plusieurs années d'existence, la CENA peut se prévaloir d'un bon bilan. Elle a, à son actif, l'organisation d'un référendum, d'une alternance politique, de la présidentielle de 2019 et plusieurs élections législatives et

vote

- Participer aux choix des observateurs nationaux et internationaux
- Codesigner les cartes des mandataires des candidats ou listes de candidats
- Superviser le ramassage et la transmission des procès-verbaux des bureaux de votes aux lieux de recensement et la centralisation des résultats
- Participer aux travaux des commissions régionales, départementales et nationales de recensement des votes
- Garder, par devers elle, copie de tous les documents électoraux
- Contribuer à l'éducation civique des citoyens en matières d'expression du suffrage
- Faire toutes propositions relatives à l'amélioration du Code électoral.

locales. Toutefois, elle fait souvent l'objet de critiques de la part de l'opposition qui l'accuse d'incompétence et d'incurie.

A côté de la CENA, le CNRA, institué par les autorités, travaille aussi à rendre le processus électoral équitable et sincère.

E/ Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel C.N.R.A

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel est une autorité indépendante de régulation de l'audiovisuel créée par la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006. Il vient remplacer le Haut Conseil de l'Audiovisuel (HCA) et est doté d'une autorité renforcée reposant sur la mise à sa disposition d'un ensemble de sanctions et mesures pouvant être prises dans le respect strict des droits de la défense. (S.M. Sy). Dans l'exposé des motifs il est écrit : « *Le développement rapide du secteur de l'audiovisuel qui présage de l'ampleur des mutations à venir rend nécessaire la mise sur pied d'un organe chargé d'assurer sa cohésion et de faire respecter les règles de pluralisme, d'éthique, de déontologie, les lois et règlements en vigueur ainsi que les cahiers de charges et les conventions régissant l'audiovisuel au Sénégal.* »³³⁹

Tous les médias audiovisuels entrent dans son champ d'application de compétence quel que soit leur statut juridique. Le CNRA a pour mission essentiel :

- d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel ;
- de veiller au respect des dispositions de la présente loi et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur ;
- d'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 ;
- de 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 ;
- de fixer les règles concernant les conditions de productions, 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 :

³³⁹<http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article3970>, consulté le 17/04/2022.

- 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.³⁴⁰

Le CNRA est composé de 9 membres nommés par décret. Outre le président, les autres membres appartiennent à diverses organisations et associations socioprofessionnelles. La durée du mandat est de 6 ans, non renouvelable et non révocable. *Dans le cadre de leurs fonctions, les membres du CNRA sont protégés par une immunité pénale à l'occasion des*

³⁴⁰ <https://www.refram.org/Les-membres/CNRA-Senegal>, consulté le 17/04/2022

actes accomplis ou des positions émises.³⁴¹ Depuis sa création, le CNRA a eu à prendre d'importantes décisions pour rétablir l'équité entre acteurs politiques face au média, corriger les dérives de certains organes de presse et s'assurer du respect strict de la réglementation sur l'audiovisuel. Par exemple, le candidat à la présidentielle Doudou Ndoye a vu une partie de sa déclaration censurée parce qu'il a appelé la collectivité Lébous à laquelle il appartient de voter pour lui. Considérant que M Ndoye a violé les dispositions de l'article 4 de la constitution,³⁴² l'organe de régulation a décidé de sévir. Concernant les médias, le CNRA procède dans un premier temps à des mises en demeure en cas de dérives. Il fait des recommandations et demande aux médias d'être plus vigilants par rapport aux contenus diffusés. Par exemple : *« le Conseil fait des recommandations d'abord : c'est le cas de l'avis n°1 et l'avis n°2. Mais dans l'avis N°3 d'octobre 2007, le Conseil exige le retrait de l'image du chef de l'Etat du générique de l'émission « Xumb té Dagane » de Walf TV. Il demande la cessation immédiate de la publicité sur « Ngora Keng » de Radio RDV. »*³⁴³ Récemment, le CNRA a pris une décision à l'encontre du groupe de presse *D Média* qui a fait couler beaucoup d'encre et de salives. Considérant que le journaliste Ahmed Aidara, devenu maire de la ville de Guédiawaye, fait un traitement tendancieux de la revue des titres, l'institution a servi une mise en demeure à la SENTV et à ZIK FM le 14 mars 2022. *« Qu'il ressorte de la mise en demeure que le CNRA : appelait la SEN TV et la ZIK FM « de prendre les dispositions pour mettre définitivement un terme aux violations de la réglementation par Monsieur Ahmed Aïdara dans ses revues des titres et de presse » ; précisait que « la constatation de nouveaux manquements aux principes d'objectivité, de neutralité, d'équité et d'équilibre commis par Monsieur AIDARA expose la SEN TV et/ou la ZIK FM aux sanctions prévues par la réglementation, notamment la suspension partielle ou totale des programmes » ; Constatant que la mise en demeure n'a pas été respectée par la SENTV et la ZIK FM, le CNRA a pris, le 29 mars 2022, une décision portant interdiction à la SENTV et à la ZIKFM de faire animer les revues des titres et de presse par Monsieur Ahmed AIDARA à compter de la notification de la présente décision.*

³⁴¹ Seydou Madani Sy, Les régimes politiques sénégalais de l'indépendance à l'alternance politique 1960-2002, Karthala et Crepos, 2009, pp 369

³⁴² « ...Les partis politiques et coalitions de partis politiques, de même que les candidats indépendants, sont tenus de respecter la Constitution ainsi que les principes de la souveraineté nationale et de la démocratie. Il leur est interdit de s'identifier à une race, à une ethnie, à un sexe, à une religion, à une secte, à une langue ou à une partie du territoire... »

³⁴³ S.M. Sy, op.cit., p.260

*Constatant que la décision adressée à la SEN TV et à la ZIK FM n'a pas été respectée, Monsieur Ahmed AIDARA ayant fait les revues des titres et de presse du 30 et du 31 mars 2022. »*³⁴⁴

Le CNRA, après délibération ce 31 mars 2002, décide de suspendre la SENTV et la ZIK FM pour 72h, durant la période allant du jeudi 31 mars 2022 à 18 heures au dimanche 3 avril 2022 à 18 heures. Le journaliste finit par déposer sa démission. Cette affaire a divisé l'opinion et les corporations journalistiques pendant un certain temps. Si certains voient dans les sanctions du CNRA un acharnement sur un opposant qui a défait le frère du Président, d'autres par contre sont d'avis que le journaliste a outrepassé ses prérogatives et que les sanctions du CNRA sont fondées. Une situation qui interpelle le Syndicat Professionnels Information Communication Sénégal (SYNPICS) qui, à travers un communiqué rendu public rappelle que : *« Le secteur des médias, ne saurait en aucune façon, constituer une zone de non droit où un quelconque acteur peut s'extirper du domaine de la loi et des règlements en vigueur. »*³⁴⁵ Le syndicat invite, en revanche, le régulateur au respect strict de la loi, en mettant sur un pied d'égalité tous les acteurs soumis à son autorité et en motivant toutes les décisions qu'il est appelé à prendre dans ce sens. Si le SYNPICS semble couper la poire en deux, le Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias (CORED) a tenu d'abord à rappeler *« que le Code de la presse et la Charte des journalistes du Sénégal exigent la neutralité, l'objectivité, l'équité et l'équilibre en matière de traitement de l'information »,* *lit-on sur la note.*

*Au regard de ces dispositions, le CORED estime que « la position d'élu (maire) d'Ahmed Aïdara n'offre aucune garantie pour le respect des dispositions des deux textes susmentionnés ». Par conséquent, le CORED « invite le groupe D Média à veiller au strict respect des dispositions du Code de la Presse et de la Charte des journalistes du Sénégal ». Par ailleurs, le CORED, soucieux du respect des règles d'éthique et de déontologie, « appelle également les acteurs des médias à ne pas fragiliser les institutions de régulation et d'autorégulation et à user des voies de recours prévues en cas de contestation ».*³⁴⁶

³⁴⁴ <http://www.cnra.sn/do/decision-portant-suspension-de-la-diffusion-des-programmes-de-la-sen-tv-et-de-la-zik-fm/>, consulté, 17/04/2022.

³⁴⁵ https://senego.com/suspension-signal-sen-tv-et-zik-fm-le-synpics-sinvite-dans-le-debat_1406118.html, consulté le 18/04/2022.

³⁴⁶ https://www.dakaractu.com/Affaire-D-Media-le-CORED-invite-le-groupe-a-veiller-au-strict-respect-des-dispositions-du-Code-de-la-Presse-et-de-la_a217022.html, consulté le 17/04/2022.

En plus de ces organismes de régulation, deux institutions judiciaires interviennent dans le processus électoral pour rendre justice et faire respecter la loi. Il s'agit de la cour suprême et du conseil constitutionnel.

F/La Cour Suprême.

La Cour Suprême du Sénégal a connu plusieurs vies. Créée en septembre 1960, elle disparaîtra en 1992 pour laisser la place au Conseil d'Etat et à la Cour de Cassation. Elle est rétablie par la loi constitutionnelle n° 2008-34 du 7 août 2008 portant révision de la constitution, votée par le congrès à la majorité des trois cinquièmes de ses membres. La nouvelle cour suprême fonctionne désormais à la place du Conseil d'Etat et de la Cour de Cassation.³⁴⁷ Les affaires pendants devant ces deux hautes juridictions sont transférées à la nouvelle Cour Suprême. En plus de ses compétences judiciaires, la Cour Suprême est également compétente en matière électorale : Elle est compétente, en appel, dans le contentieux de l'élection des membres des assemblées autres que l'Assemblée nationale.

Elle connaît des pouvoirs en cassation dirigés contre :

- les jugements et arrêts rendus en dernier ressort par toutes les juridictions ;
- les décisions définitives des organismes administratifs à caractère juridictionnel ;
- les décisions émanant des conseils d'arbitrage des conflits du travail ;
- les décisions du président du tribunal d'instance relatives au contentieux des inscriptions sur les listes électorales ;
- les décisions de la Cour des comptes.³⁴⁸

Lors des élections locales du 23 février 2022, plusieurs listes de l'opposition, principalement de la coalition Yéwi Askane Wi, ont été rejetées au niveau des préfectures. Ainsi, dans le département de Guédiawaye, les listes présentées par Yéwi Askane Wi dans les communes de Golf Sud et de Sam Notaire avaient été jugées « irrecevables ». À Mbour, Kédougou et Saint-Louis, la même coalition avait vu ses candidatures rejetées au motif de dossiers jugés incomplets ». A Kédougou, la liste de la coalition dirigée par le député Moustapha Guirassi a aussi été rejetée. Face à ce qu'elle considère comme un abus de pouvoir, l'opposition a saisi les Cours d'Appel pour demander la réhabilitation de ses listes. De l'avis de l'expert électoral Ndiaga Sylla : « *Dans la plupart des cas, les préfets ont rejeté les dossiers de candidature sans les examiner.* »³⁴⁹ C'est peut-être pour cette raison que les cours d'appel ont émis des

³⁴⁷ S. M. Sy, op.cit., p 270

³⁴⁸ <https://justice.sec.gouv.sn/pouvoir-judiciaire/cour-supreme/>, consulté le 18/04/2022.

³⁴⁹ <https://www.jeuneafrique.com/1279412/politique/locales-au-senegal-pourquoi-les-listes-de-lopposition-ne-sont-toujours-pas-validees/>, consulté le 18/04/2022.

arrêts favorables à la réhabilitation de la quasi-totalité des listes de l'opposition qui avaient été recalées. Cependant, le ministère de l'intérieur va se pourvoir en cassation devant la Cour Suprême pour casser les décisions de réhabilitation des listes recalées, rendues par les Cours d'Appel. Pour justifier cette démarche face aux critiques des députés de l'opposition, le ministre de l'intérieur répondra que : « *La loi électorale donne compétence aux différentes autorités administratives à la tête des commissions d'introduire un pourvoi en cassation devant la Cour suprême* »³⁵⁰ La Cour qui doit statuer dans un délai de 8 jours avant le démarrage de la campagne électorale, a confirmé la réhabilitation de certaines listes, mais, a aussi exclu définitivement d'autres listes, comme celle du député de Kédougou.

Les rapports entre les citoyens et les autorités politiques et administratives peuvent souvent être conflictuels et faire l'objet de longues et douloureuses procédures judiciaires. Pour anticiper et prévenir de telles situations, l'Etat a décidé de mettre en place l'institution du médiateur de la République.

G/Une autorité administrative indépendante : le Médiateur de la République.

Le gouvernement du Sénégal, dans un souci de modernisation de l'Etat, a décidé de la mise en place de l'institution du Médiateur de la République. C'est par la loi n°91-14 du 11 février 1991 que l'institution a été créée. « *Aussi loin que l'on remonte le cours du temps, l'État républicain s'est toujours astreint à la quête permanente d'une adéquation entre ses modes et moyens d'actions ou d'intervention avec, d'une part le plein exercice de ses prérogatives légitimes et, d'autre part, la sauvegarde des droits et libertés des citoyens, ainsi que le bon accomplissement du service public tel que celui-ci est dû aux administrés ou aux usagers* ». C'est en ces termes que s'exprimait M. Ousmane CAMARA, premier Médiateur de la République, pour justifier l'existence d'une Institution du Médiateur de la République au Sénégal. Ainsi, le Médiateur, appelé aussi Ombudsman ou défenseur des droits autre part, est un entremetteur. En d'autres termes, c'est quelqu'un qui permet de mettre en accord (faciliter le dialogue entre) deux ou plusieurs parties ayant un différend afin de trouver une solution à l'amiable.³⁵¹ La loi n°99-04 du 29 janvier 1999 remplaçant et abrogeant celle du 11 février 1991, dote le Médiateur de la République d'un statut lui permettant d'exercer sa mission dans de meilleures conditions.

Ainsi il dispose de certains pouvoirs :

³⁵⁰ Ibid.

³⁵¹ <https://www.mediaturedelarepublique.sn/historique/>, consulté le 18/04/2022.

- un pouvoir d'auto-saisine (article 9 de la loi de 1999). Ce pouvoir est souvent utilisé dans les situations de crises pouvant aboutir ou ayant abouti à l'interruption du Service public ;
- un pouvoir de recommandations ; (dans la recherche de l'esprit des lois dans l'application des textes par les services publics, la recherche d'équité, art. 4) ;
- un pouvoir de proposition (modification de textes législatifs et réglementaires, art. 11)
- pouvoir de suggestion, à l'autorité compétente d'engager des sanctions disciplinaires, ou saisir la juridiction répressive compétente, à l'encontre d'un agent manquement grave à ces obligations professionnelles (art. 14) ;
- pouvoir de mener une enquête ou investigation pour l'étude de réclamation ou de dossier. L'article 16 al. 1 instruit les Ministres et toutes autorités publiques à faciliter la tâche du Médiateur de la République. Les alinéas 2 et 3 de l'article 16 et l'article 17 détaillent cette facilitation au Médiateur, à qui le caractère secret ou confidentiel des pièces ne peut être opposé. La seule limite est dans le cadre du secret dans l'instruction judiciaire, la défense nationale, la sûreté de l'État et la politique étrangère.³⁵²

Ainsi, cette institution a pour principale mission de veiller à la bonne adéquation entre le fonctionnement de l'Administration et les droits des citoyens, en d'autres termes il s'agit pour le Médiateur d'améliorer les relations entre l'Administration et les citoyens et/ou usagers. En outre, selon l'article 2 de la loi n° 99-04 du 29 Janvier 1999, il a une « mission générale de contribution de l'environnement institutionnel et économique de l'entreprise, notamment dans ses relations avec les administrations publiques ou les organismes investis d'une mission de service public ».

Entre autres, il a une mission d'apaisement du climat social et aussi un rôle de promotion de droits de l'Homme. A ce propos, les Nations Unies le considèrent comme un instrument de protection des droits de l'homme. C'est à ce titre que le Médiateur de la République est partenaire de nombreuses institutions de promotions de droits de l'homme (membre du Comité Sénégalais des droits de l'homme...).³⁵³

Après trente et un an d'existence l'institution du Médiateur devrait s'adapter à un environnement en perpétuelle mutation. Venu présider l'atelier sur "la médiation institutionnelle dans l'Etat de droit" organisé par la Médiature et la Commission d'évaluation et de suivi des politiques et programmes publics (CESPPP), le Médiateur de la République, Demba Kandji déclare « *La Médiature de la République instituée depuis 1991 n'a pas suivi et subi l'évolution de l'Administration qui s'est renforcée en termes d'efficacité et de*

³⁵² <https://www.mediaturedelarepublique.sn/missions-et-pouvoirs/>, consulté le 18/04/2022.

³⁵³ Ibid.

compétences (...). Il faudrait que le Médiateur de la République ait des pouvoirs d'injonction par rapport à l'Administration (...) Aujourd'hui, le Médiateur devrait avoir une certaine dynamique, un pouvoir injonctif pour acculer l'Administration s'il y a lieu'', a-t-il dit, soulignant la nécessité de s'arrêter pour faire un bilan d'étape et redéfinir les contours de cette institution. » Selon lui, il faudrait qu'au-delà de la saisine, que le Médiateur puisse disposer d'un certain impérium pour voir aboutir les réclamations légitimes du citoyen. Il s'agira d'avoir « plus d'autorités et de pouvoirs » au profit du citoyen.

Le Médiateur de la République présente au Président de la République un rapport annuel qui est publié.

En plus de l'institution du Médiateur de la République, le Sénégal dispose d'une autre institution de médiation sociale : le Haut Conseil du Dialogue Social.

Section II : Les griots, « communicateurs traditionnels » dans l'espace politique sénégalais.

Dans la société traditionnelle sénégalaise les griots ou maîtres de la parole détiennent la mémoire collective, maîtrisent l'art de raconter l'histoire de la communauté et sont chargés de la communication politique du chef du groupe. Jean-Philippe Sauvé nous apprend que « *Dans la langue wolof du Sénégal, le terme français griot renvoie à gewel, qui constitue une caste particulière. De fait, la société wolof est généralement divisée en 3 catégories : les nobles (les geer), les artisans (les neeno) et les esclaves (les jaam). Les gewels ou griots forment une sous-catégorie des artisans, au même titre que les forgerons et les artisans du cuir ou du bois.* »³⁵⁴ Les griots remplissent plusieurs fonctions dans les sociétés traditionnelles de la Sénégalie, ils peuvent, de ce fait, être divisés en trois catégories, d'après le sage Amadou Hampaté Bâ : les griots musiciens ; les griots ambassadeurs, entremetteurs et courtisans. Ils sont attachés à une famille royale ou noble, parfois à une seule personne. Et les griots généalogistes, historiens ou poètes. Pour mieux saisir la fonction du griot nous proposons de nous référer à cette magnifique profession de foi de D.T. Niane, rapportée par Vincent Zanetti « *Je suis griot. C'est moi Djeli Mamadou Kouyaté, fils de Bintou Kouyaté et de Djeli Kedian Kouyaté, maître dans l'art de parler. Depuis des temps immémoriaux, les Kouyaté sont au service des princes Keita du Manding : nous sommes les sacs à paroles, nous sommes les sacs qui renferment des secrets plusieurs fois séculaires. L'art de parler n'a pas de secret pour nous ; sans nous les noms des rois tomberaient dans l'oubli, nous sommes la mémoire des hommes ; par la parole nous donnons vie aux faits et gestes des rois devant les jeunes*

³⁵⁴ Jean-Philippe Sauvé, Mémoire : La culture des griots face à la modernisation : représentations de l'évolution de leur musique et de leur rôle social à Saint-Louis du Sénégal, Avril 2007

générations. [...] Je connais la liste de tous les souverains qui se sont succédé au trône du Manding. Je sais comment les hommes noirs se sont divisés en tribus, car mon père m'a légué tout son savoir : je sais pourquoi tel s'appelle Kamara, tel Keita, tel autre Sidibé ou Traoré ; tout nom a un sens, une signification secrète. J'ai enseigné à des rois l'Histoire de leurs ancêtres afin que la vie des Anciens leur serve d'exemple, car le monde est vieux, mais l'avenir sort du passé. Ma parole est pure et dépouillée de tout mensonge ; c'est la parole de mon père ; c'est la parole du père de mon père. Je vous dirai la parole de mon père telle que je l'ai reçue ; les griots de roi ignorent le mensonge. Quand une querelle éclate entre tribus, c'est nous qui tranchons le différend car nous sommes les dépositaires des serments que les Ancêtres ont prêtés. »³⁵⁵ Ces fonctions, les griots continuent à les remplir encore aujourd'hui dans une société sénégalaise où traditions et modernité cheminent côte à côte. Les cérémonies familiales, qu'il s'agisse de mariage, de funérailles ou de baptêmes, constituent des occasions pour ces maîtres de la parole dépositaires de l'histoire des ancêtres de raviver la mémoire collective. Comme le souligne Kibalabala N'sele : « Ainsi assurent-ils l'animation des veillées. Les « veillées » existent encore, et même à l'époque actuelle dans les cités urbaines. Les conteurs racontent des récits épiques à thème historique, des contes et des aventures extraordinaires, le soir, au moment où l'ambiance est favorable à l'évocation des esprits, du surnaturel. Lors du rituel funèbre, le griot intervient, avec l'orateur du jour, pour chanter les louanges du défunt et de ses proches. Le principe de base de la pratique de son métier est que chaque individu doit connaître les exploits de ses ancêtres. Chaque tribu a donc pour devoir de transmettre oralement, par l'intermédiaire du griot, ses exploits et son histoire, d'une génération à l'autre. »³⁵⁶ Chaque famille de noble dispose de son griot attitré, qui connaît l'histoire de la famille qui lui a été racontée par ses parents, le statut de griot est atavique. Ce griot généalogiste, historien est souvent accompagné des griots musiciens, batteurs de tam-tam ou joueur de xalam, le tout formant un orchestre capable de tenir en haleine l'assistance des heures durant. L'histoire politique du Sénégal montre que chaque Président de la République a eu son griot généalogiste, historien attitré. Il ne manque jamais l'occasion de rappeler au peuple sénégalais les origines nobles de celui qui préside à la destinée des sénégalais. L. S. Senghor était souvent accompagné de Yandé Codou Sène dans ses déplacements à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. De la même ethnie que le Président poète, la cantatrice connaissait à la perfection les origines nobles du père de l'indépendance

³⁵⁵Vincent Zanetti, « Le griot et le pouvoir », Cahiers d'ethnomusicologie [En ligne], 3 | 1990, mis en ligne le 15 octobre 2011, consulté le 26/04/2022. URL : <http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/2392>

³⁵⁶<https://www.erudit.org/fr/revues/jeu/1986-n39-jeu1069377/28610ac.pdf>, consulté le 05/05/2022

du Sénégal, qu'elle chantait à l'occasion des cérémonies républicaines ou de réceptions internationales offertes à l'honneur du Président. Abdou Diouf lui aussi ne dérogea pas à la règle. Elhadj Mansour Mbaye fut son griot attitré. Natif de Saint Louis et ayant passé une bonne partie de sa jeunesse à Louga, ville de naissance du second Président du Sénégal, Hadj Mansour connaît parfaitement la lignée de ce dernier. Dans un dossier intitulé *Les griots journalistes du Sénégal « Les maîtres de la parole » wolof entre tradition et modernité*, Ibrahim Sarr et Ibrahima Thiaw écrivent : « Tout était prétexte pour El Hadj Mansour Mbaye pour faire briller l'image de celui qui a ses faveurs, Abdou Diouf, présenté comme « l'homme de Taïf », « l'homme des états généraux de l'éducation et de la formation », ou encore « l'homme du multipartisme intégral ». Ce griot avait cette aisance à trouver des titres honorifiques à son bienfaiteur. Sa dernière trouvaille a été : « le gardien de la constitution ». Il restera fidèle à Diouf et au PS même après la perte du pouvoir. Abdoulaye Wade arrive au pouvoir en 2000 et fait de Abdoulaye Mbaye Pekh son griot historien, généalogiste. Le facteur qui les a le plus rapprochés, est sans doute leur appartenance à la confrérie des mourides. A l'instar de ces aînés, Mbay Pekh suivait le Président Wade comme son ombre et ne tarissait d'éloges à l'endroit de « l'homme de l'alternance ». Cependant, comme « le bon griot » serait celui qui est capable de changer de bord quand le pouvoir change de mains, les relations entre Pekh et Wade se détériorent après la perte du pouvoir par ce dernier. En « bon griot » Pekh alla s'incruster dans le cercle restreint du Président Macky Sall aux côtés d'un autre griot, Farba Ngom. Ce dernier, engagé en politique et maire de la commune d'Agnam, laissa le terrain au griot transfuge du PDS pour s'occuper de l'image du Président.

En effet, ces maîtres de la parole sont des spin doctors, version traditionnelle. Ils maîtrisent parfaitement le wolof (langue véhiculaire) et disposent de rudiments leur permettant d'évoquer la généalogie du chef de l'Etat de façon à faire accepter dans l'imaginaire collectif son statut. L'opération de communication politique a pour objectif de rendre naturelle voire souhaitable la domination de celui qui tient les rênes du pouvoir, eu égard à ses origines élogieuses.

Ces mêmes griots remplissent également les fonctions d'ambassadeur, d'entremetteur et de médiateur. De par leur statut social et grâce à leurs prérequis naturels, ils permettent la mise en relation des confréries religieuses avec les politiques. Autrement dit, les griots jouent le rôle d'ambassadeur des politiciens auprès des familles religieuses et vice versa. Nul, mieux que le griot ne sait introduire un politicien auprès d'un marabout, il dispose généralement de solides attaches dans le cercle restreint du saint homme. En même temps, le griot est la personne la mieux indiquée pour transmettre les sollicitations du guide religieux aux

détenteurs du pouvoir politique. Ces maîtres de la parole symbolisent ainsi le trait d'union entre pouvoir temporel et pouvoir religieux, ils sont les garants du raffermissement des relations entre ces deux pouvoirs, gage de la stabilité politique et sociale du pays. Le Président de la République et certains grands dignitaires politiques sont toujours accompagnés dans leurs déplacements auprès des familles religieuses et des chefferies traditionnelles de griots qui portent leur voix et jouent le rôle d'entremetteur. El Hadji Mansour Mbaye et Abdoulaye Mbaye Pekh sont des figures emblématiques de ces interactions entre pouvoir religieux et pouvoir traditionnel d'un côté et pouvoir politique de l'autre.

L'histoire politique du Sénégal montre que les différents régimes se sont toujours attachés les services des griots dans leur quête de légitimité, de voix lors des élections et pour l'apaisement du climat social. Au demeurant, le griot contemporain revendique de moins en moins l'étiquette de « sacs à parole », mais aspirent plutôt à des positions de pouvoir. Si dans la société traditionnelle le griot était lié aux familles de nobles et aux cours royales, dans la République, il est souvent lié à une formation politique et se met ainsi au service du leader de ladite formation. D'après Sandrine Lemare : *« Comme ses ancêtres, le griot actuel est bien présent dans la sphère politique de son pays. Généralement, on le rencontre dans les meetings politiques où il est chargé, entre autres, des discours de bienvenue. En véritable spécialiste de la communication orale, il bat campagne dans tout le pays. Son discours est une véritable mise en scène politique ponctuée d'histoires drôles. Il est d'une grande utilité au pouvoir politique comme à la population : pour s'en convaincre, il suffit de se référer aux années Abdou Diouf (1981-2000), marquées par de multiples crises politiques. En effet, le PS s'est plus qu'illustré dans le recours au griot pour reconquérir une légitimité constamment contestée. »*³⁵⁷ Certains griots s'engagent en politique et prennent souvent fait et cause pour le pouvoir en place. On se rappelle encore du Comité National des Griots pour le Soutien de l'Action du Président Abdou Diouf (CONAGRISAPAD), créé dans le contexte des élections de février 1983. Ces griots, dans leur quête de légitimité et de voix en faveur du Président Diouf avaient quasiment monopolisé l'audiovisuel de l'époque au détriment des vrais journalistes. Leurs discours avaient encore du sens pour une bonne frange de la population encore fidèle aux traditions du pays. En outre, comme le remarque S. Lemare : *« ... En remplaçant son discours dans un système de représentations propre à la société wolof, le griot rend accessible le modèle d'organisation politique importé, en même temps qu'il offre des clefs d'appréciation d'un candidat quelconque. A cela s'ajoute son emploi du wolof,*

³⁵⁷ <http://www1.rfi.fr/fichiers/MFI/PolitiqueDiplomatie/510.asp>, consulté le 28/04/2022

contrairement aux politiques qui utilisent la plupart du temps une langue officielle qui n'est comprise que par 30% des Sénégalais. »³⁵⁸ Évoquer le rôle des griots dans l'histoire politique du Sénégal revient forcément à s'arrêter sur le personnage de El Hadj Mansour Mbaye. Né le 15 octobre 1927 à Saint-Louis, le Président de l'association des communicateurs traditionnels peut être considéré comme la mémoire vivante de l'histoire politique du Sénégal, eu égard aux relations étroites qu'il a entretenues avec tous les grands leaders qui ont occupé les plus hautes fonctions dans ce pays. Griot, acteur politique, militant du PS, Hadj Mansour a été de tous les combats politiques de l'indépendance à nos jours. Déjà, au lendemain de l'accession de Diouf à la magistrature suprême, le nouveau régime fit appel à ses services, comme le souligne Momar Coumba Diop : « *Diouf et ses collaborateurs avaient ainsi bricolé le « sursaut national » pour l'opposer à la négritude et mis en selle le griot du régime, le grand maître de la parole, le ndaanaan*³⁵⁹ *Aladji Mansour Mbaye pour lire et dire les identités du régime et de son chef.* »³⁶⁰ Pa Mansour, comme l'appelle affectueusement la jeune génération, était déjà un élément important du dispositif du pouvoir dioufiste. Pour mieux saisir sa vocation dans la sphère politique et au-delà de sa personne, celle des griots en général, nous proposons de revenir sur une partie de l'entretien qu'il a accordé au journaliste du Soleil, Ibrahima Ba et publié le 9 février 2016 par Bakelinfo.com :

El Hadji Mansour Mbaye, on vous présente comme un homme consensuel, comment vivez-vous votre statut de médiateur social ?

Il s'agit d'une chose que j'ai héritée de mes ancêtres, de mon père. Dans ma famille, tout le monde incarne le statut de médiateur social. Il faut savoir que quand on est né dans un milieu où les gens sont dotés d'un esprit de médiation, on voudra forcément emprunter le même chemin. D'ailleurs, c'est pourquoi quand je suis au courant d'un malentendu, ou si l'on me met au courant d'un différend, je n'hésite pas à prendre mon bâton de conciliateur pour résoudre le conflit. Je préfère ne pas revenir sur les détails, mais j'ai pu assurer, dans ce pays, plusieurs opérations de médiation.

Le Griot a toujours joué un rôle de médiateur dans notre société. Avez-vous l'impression que ce rôle est encore assuré par la jeune génération ?

D'abord, il faut préciser qu'il y a une grande différence entre notre génération et celle d'aujourd'hui. Toutefois, la nouvelle génération s'efforce d'assurer ce rôle de médiateur. Le

³⁵⁸ Ibid.

³⁵⁹ *Ndaanaan* désigne une « personne de culture et de comportement ancrés dans la tradition », voir A. Fall et al., *Dictionnaire wolof-français*, Paris, Karthala, 1990, p. 150.

³⁶⁰ Diop, Momar Coumba. « Le Sénégal à la croisée des chemins », *Politique africaine*, vol. 104, no. 4, 2006, pp. 103-126.

seul problème, c'est qu'ils n'ont pas l'expérience que nous avons de notre temps. A l'époque, il y avait ce que l'on appelait le « Regroupement des grands griots du Sénégal ». Cette association rassemble des gens comme Amath Ndiaye Samb, El Hadji Abdoulaye Nar Samb, des historiens à l'image de Demba Lamine, Assane Marockhya Coumba Ndiagane ainsi que de grands chanteurs tels que Samba Diabaré Samb et tant d'autres. Cette génération est irremplaçable.

Qui parle d'El Hadji Mansour Mbaye pense également au Parti socialiste. Qu'est-ce qui vous lie à cette formation politique ?

C'est parce que d'abord je suis Saint-Louisien. C'est très rare d'être originaire de cette ville sans être un militant du PS. C'est le président Lamine Guèye qui a formé ce parti. Il s'agit d'un Saint-Louisien, du premier avocat noir de l'Afrique occidentale française. Lamine Guèye a fondé le PS et y a intégré le président Léopold Sédar Senghor.

En un moment, grâce à lui, tout le pays était partisan de ce parti politique. Je suis né et j'ai grandi dans ce climat. Ainsi en tant qu'ami et parent du président Lamine Guèye, et ayant travaillé avec lui à la mairie de Dakar en 1948, je suis demeuré socialiste. Il faut aussi savoir que je me retrouve dans la doctrine du Parti socialiste. J'avais des rapports personnels avec Lamine Guèye.

Quels ont été vos rapports avec le président Senghor ?

J'avais de très bons rapports avec le président Léopold Sédar Senghor, mais quand il a quitté le président Lamine Guèye, en 1948, nous n'avions plus de rapports personnels. Car, je suis resté avec le président Lamine Guèye. On est parti aux élections du 17 juin 1951, le président Senghor nous a battus. Il était accompagné d'Abass Guèye. Encore aux élections de 1956, le président Senghor était avec Mamadou Dia, il nous a battus de nouveau. En 1957 et 1958, Senghor tend la main à Lamine Guèye pour la fusion. C'est ainsi qu'on a fusionné le Bloc démocratique sénégalais (Bds) et le Ps. Par la suite, Lamine Guèye est devenu le président de l'Assemblée nationale et Amadou Babacar Sarr, qui était secrétaire général du Parti socialiste du Sénégal et de la Mauritanie, est devenu ministre du Travail et Affaires sociales. Voilà ce qui nous a permis de nous réconcilier avec Senghor.

Avec votre fameuse formule « Le gardien de la Constitution », vous avez contribué à asseoir le pouvoir d'Abdou Diouf. Avec le recul, comment appréciez-vous votre rôle à ses côtés ?

Je crois qu'il s'agit d'un rôle important. Cela, en ce sens que le président Abdou Diouf est d'abord un parent à moi. Les relations entre nos deux familles ont existé bien avant notre naissance. Ces relations ont été maintenues jusqu'à ce que Abdou Diouf soit devenu président de la République. Personnellement, je connaissais son père, sa maman et ses tantes. Lorsqu'il fut président, sa mère lui rappelait nos liens de parenté et d'amitié. Sa cousine qui s'appelait Tening Ndoeye a également eu à jouer ce rôle. Abdou Diouf a effectué sa première tournée dans le Sine Saloum avec des grands reporters comme Abdoulaye Nar, Iba Guèye... C'est en écoutant la radio quand il quittait Kaolack pour aller à Kaffrine que le président a entendu que je l'ai appelé le gardien de la Constitution. Une appellation que Lamine Guèye avait donnée à Vincent Auriol lorsqu'il était président de la République française socialiste lors d'une visite officielle à Dakar. Il s'agit donc d'une formule que j'ai empruntée à Lamine Guèye. Abdou Diouf était très content de cette appellation. D'ailleurs, jusqu'à présent s'il me voit, il ne m'appelle jamais par mon nom mais il me dit : « gardien de la Constitution ». Lorsqu'il était venu à Dakar, lors du Sommet de l'Organisation internationale de la Francophonie (Oif), il m'a dit devant tout le peuple sénégalais : El Hadji Mansour, je te donne l'autorisation de dire maintenant à Macky Sall le « *gardien de la Constitution* ». Durant toute la durée du passage du président Abdou Diouf au pouvoir, c'est moi qui assurait sa présentation. Ainsi, il m'amenait partout avec lui, y compris lors de ses missions à l'étranger.

Comment avez-vous vécu la défaite du président Abdou Diouf et du Parti socialiste en 2000 ?

Il s'agit de la logique de la démocratie. Comme le disait le président Lamine Guèye : on ne peut pas arrêter la mer avec ses deux bras. Si ce n'était qu'une dualité entre partis politiques, le président Diouf n'allait jamais perdre le pouvoir. A la veille des élections de 2000, il y a eu une grande coalition autour du président Wade. Laquelle coalition regroupait des gens comme Amath Dansokho, Landing Savané, Abdoulaye Bathily... L'objectif était de battre Abdou Diouf au deuxième tour. Cela m'avait fait très mal car le président Diouf a fait beaucoup de choses dans ce pays. Il a fait des résultats dans plusieurs secteurs parmi lesquels la santé, l'hydraulique, l'assainissement, l'éducation... Mais comme il le disait bien : « quand le suffrage universel se prononce, je m'incline devant le suffrage universel » ...

Il faut rappeler que malgré votre fidélité affirmée au Parti socialiste, vous avez eu de bons rapports avec maître Abdoulaye Wade...

Vous savez que le président Abdoulaye Wade a un frère qui s'appelle Adama Wade. Ce dernier est le père de Doudou Wade qui était le président du groupe parlementaire libéral.

C'était mon ami. Quand le président Wade est venu, c'est son ami, l'ancien maire de Dakar et président du Sénat, Pape Diop, qui m'a amené auprès de lui. Ce dernier m'a demandé personnellement de venir à ses côtés. Je lui ai répondu poliment que je suis derrière lui pour tout ce qu'il fait pour la République. Par contre, je préfère qu'il me laisse dans mon parti, car je suis un socialiste dans l'âme. Toutefois, il faut signaler que nous avons eu de très bons rapports. Il avait beaucoup de considération pour moi et vice-versa.

Avez-vous l'impression que Me Wade a été le « président de tous les Sénégalais » pour reprendre votre formule ?

Naturellement quand on est élu au suffrage universel, on est le président de tous les Sénégalais. On peut être contre votre politique, votre démarche ou vos actions mais, vous demeurez le président de la République au vrai sens du mot.

Quel regard portez-vous sur l'actuel président de la République, Macky Sall ?

J'ai connu Macky Sall avant qu'il ne soit président de la République. Je l'ai fréquenté aux côtés du président Abdoulaye Wade, comme ministre de l'Intérieur puis Premier ministre. Nous avons toujours eu d'excellentes relations. A chaque fois qu'arrivait le mois béni du ramadan, il distribuait un ravitaillement en denrées de première nécessité à tous les communicateurs traditionnels de la région de Dakar. Mais, en ce qui me concerne, Macky Sall demandait à son griot Farba Ngom de me l'amener. Aussi, en tant qu'ami, je lui rendais souvent visite et ce malgré qu'on ne soit pas du même parti. Je me rappelle, à l'époque de son conflit avec le président Abdoulaye Wade, nous avons continué à garder de très bonnes relations. Son ami Farba Ngom, qui est son griot personnel, me considère comme son propre père. D'ailleurs, il a épousé ma fille. Il faut aussi préciser que Macky Sall est venu plusieurs fois chez moi pour me rendre visite.

En dehors de la sphère politique, vous êtes un fervent talibé Tidiane. Quels sont vos rapports avec Tivaouane ?

A une époque où il n'y avait pas encore de radio et de télévision, lorsque Cheikh Seydi El Hadji Malick Sy faisait ses prêches, c'est mon père Amadou Mbaye Maodo qui se chargeait de traduire ses propos. Mon père a vécu avec El Hadji Malick jusqu'à sa disparition en 1922. Je suis né dans cet environnement et on m'a donné le patronyme d'El Hadji Mansour ibn El Hadji Malick. Aussi faut-il rappeler que c'est El Hadji Mansour Sy qui m'a présenté à Lamine Guèye avant que ce dernier ne m'emploie à la mairie de Dakar. Par la suite, j'ai continué à entretenir d'excellentes relations avec la famille. El Hadji Abdoul Aziz Sy Dabakh me demandait toujours de lui amener la radio et la télévision. Après lui, Serigne Mansour Sy « Borom daradji » a aussi continué dans cette même lancée. L'actuel khalife également, Serigne

Cheikh Ameth Tidiane Sy Al makhtoum, me voue une très grande considération. On ne sait pas encore quand le khalife va sortir de sa retraite spirituelle mais le jour où il sera dehors, il recevra en premier Serigne Abdou Aziz Al Amine, puis Serigne Mbaye Sy Mansour, Maodo Sy et Mansour Mbaye.

Vous avez également de très bonnes relations avec les autres confréries du Sénégal à l'image de Touba. Qu'est-ce qui explique cela ?

Mon père était très ami avec Serigne Moustapha Mbacké, premier khalife de Khadimou Rassoul en 1927. Serigne Cheikh Gaindé Fatma, son fils aîné, était notre ami. Il m'aimait beaucoup... Si je pars à Touba, on me donne la parole. Je suis en très bonnes relations avec Serigne Bass Abdou Khadre, le porte-parole. Une fois, je suis parti présenter mes condoléances au khalife général Serigne Sidy Makhtar Mbacké, il m'a félicité devant Abdoulaye Mbaye Pèkh par rapport à mon rôle de médiateur social. C'est aussi de la même manière qu'on me traite partout, dans les différentes familles religieuses du Sénégal malgré que je sois un Tidiane convaincu de la famille de Cheikh Sidy El Hadji Malick.

Vous êtes un témoin de notre temps, comment voyez-vous le Sénégal d'aujourd'hui ?

Je pense qu'au Sénégal, les gens doivent remercier Dieu vu la situation qui prévaut dans certaines parties de la sous-région. Partout, il y a eu un coup d'Etat sauf dans notre pays. Notre démocratie, elle nous est spécifique. Je pense que le président de la République, Macky Sall, fait de son mieux pour développer le Sénégal.

Dans le passé, si l'on nous disait que le nombre d'universités, d'hôpitaux allait augmenter, que des autoroutes à péage à l'image de celle qui relie Dakar et Touba seraient construites, personne n'allait le croire. Ce n'est pas facile de gérer le Sénégal. Nous sommes indépendants depuis 1960 mais le Palais n'était pas indépendant. Car, toutes les premières dames qui se sont succédé dans ce lieu avaient pour noms : Colette Senghor, Elisabeth Diouf et Viviane Wade. C'est la première fois que nous avons une grande dame sénégalaise au palais en la personne de Marième Faye Sall. Il s'agit d'une femme qui s'habille avec élégance, qui fréquente les mosquées, les églises. Elle se distingue par ses œuvres sociales.³⁶¹

Dans cette interview, le doyen Mansour Mbaye fait ressortir plusieurs vocations du griot dans la société sénégalaise. Le griot est acteur politique, il constitue de fait et à bien des égards une force non institutionnelle qui participe à la gestion du pouvoir. C'est également un médiateur discret entre acteurs politiques. Pa Mansour, n'avait-il pas proposé sa médiation entre Khalifa Sall et le défunt Ousmane Tanor Dieng, ancien SG du PS, au plus fort de la crise qui avait

³⁶¹ <https://bakelinfo.com/divers/portrait/hadj-mansour-mbaye-abdou-diouf-wade-macky-et-moi.html>, consulté le 29/04/2022.

secoué ledit parti ? « *Je suis prêt à faire la médiation entre les deux camps pour l'unité du parti* »³⁶² avait-il déclaré. Le griot est aussi un médiateur social, c'est dans son ADN de tisser et de raffermir les liens sociaux. Ce statut nous rappelle la métaphore de l'aiguille et de l'épée symbolisant la communication politique, théorisée par le Pr Silla. Ici le griot représente naturellement l'aiguille. La médiation est un atavisme chez lui. Mais le griot est également l'interface entre pouvoir politique et pouvoir religieux. Il a d'excellents rapports avec toutes les familles religieuses et peut porter la parole de chacune d'elles, quelle que soit son appartenance confrérique. Enfin, ce maître de la parole, dépositaire de l'histoire de toutes les chefferies traditionnelles, est le trait d'union entre ces dernières et les forces politiques, particulièrement celle qui est au pouvoir.

Les griots sénégalais ont la particularité, par rapport à leurs confrères de la sous-région d'être des « communicateurs traditionnels » pour ne pas dire des hommes de média ou des journalistes traditionnels. Ils sont l'interface entre le présent et le passé. En effet, beaucoup d'entre eux travaillent dans des groupes de presse où ils animent des émissions politiques, sportives et surtout culturelles à la radio comme à la télévision. Il faut voir dans ce glissement opéré du statut de maître de la parole à celui de « journaliste » une adaptation à la modernité. Dans leurs travaux de I. Sarr et I. Thiaw indiquent que « *Dans leur recherche d'une nouvelle identité, les « maîtres de la parole » se définissent de plus en plus comme des « communicateurs traditionnels » par opposition aux communicateurs modernes que sont les journalistes. La plupart des griots, qui investissent les médias modernes, n'ont qu'une faible (sinon aucune) éducation scolaire. En fait, ils accèdent à cette profession trop souvent par l'entremise d'un patron, qui est généralement un homme politique.* »³⁶³ Cette présence massive des griots dans les médias est observable aux premières heures de l'indépendance, d'après toujours ces deux scientifiques : « *Lors de l'accession à l'indépendance, l'État sénégalais, qui exerçait son monopole sur la radio pour des besoins de développement et d'unité nationale, va jouer un rôle particulièrement important dans la reconversion des griots comme journalistes. En 1960, quatre-vingts pour cent de la population sénégalaise ne savaient pas lire le français, d'où l'importance accordée aux langues nationales. Le recours à celles-ci va ouvrir les portes de la communication de masse moderne aux griots.* »³⁶⁴ Ce fut

³⁶² <https://lequotidien.sn/el-hadji-mansour-mbaye-membre-des-sages-du-ps-je-suis-pret-a-faire-la-mediation-entre-tanor-et-khalifa/?msclid=844c2e83c7d311ecb99116fcd8cfaa4b>, consulté le 29/04/2022

³⁶³ file:///C:/Users/HP/Desktop/THESE/Les_griots_journalistes_du_Senegal_Les_m.pdf, consulté le 03/05/2022

³⁶⁴ Ibid.

également le début de ce que Marie-Soleil Frère appelle le « griotisme d'État »³⁶⁵. La première figure « griotique » à se distinguer dans ce domaine fut sans conteste Feu El Hadji Ousseynou Seck qui a pris fait et cause pour le Président Senghor à travers les ondes de Radio Sénégal, lors de la crise de décembre 1962. Il fut le présentateur vedette de ladite chaîne, participant à sa façon à la formation de l'opinion en magnifiant Senghor et son régime et en jetant l'opprobre sur ses adversaires, tels que Mamadou Dia et autres. Aux critiques sur son parti pris, il répondra avec sa fameuse boutade, encore célèbre aujourd'hui : « *Nguur, ku né néxul dénga ça bokul* ». Autrement dit, « *Les pourfendeurs du pouvoir sont ceux qui ne sont ni au centre ni à sa périphérie et ne peuvent par conséquent savourer ses délices* ».³⁶⁶ El hadji Mansour Mbaye sera le griot du pouvoir socialiste durant tout le règne de Diouf. Agent de l'ORTS, il anime plusieurs émissions culturelles, religieuses et sportives. Après la défaite du PS il sera contraint de partir à la retraite. Il déclare : « *le nouveau Directeur de la télévision au lendemain de l'alternance, sur injonction d'une autorité supérieure non identifiée, m'a demandé de cesser toutes activités au sein de cette entité et de me limiter à la radiodiffusion. J'ai donc préféré quitter toute la RTS* »³⁶⁷. Le régime du président Wade a eu lui aussi ses griots ou communicateurs traditionnels désignés ou autoproclamés, dont le plus connu a été l'exubérant Abdoulaye Mbaye Pékhe. Macky Sall ne déroge pas à la règle, il arrive au pouvoir en 2012 avec ses griots dont les plus connus sont Farba Ngom et Doudou Ndiaye Mbengue.

Cependant, il nous paraît important de souligner à la suite de Moustapha Mbengue, que la présence massive des griots dans les organes de presse ne fait pas d'eux, en réalité, des journalistes, mais des volontaires de l'information et de la communication. M. Mbengue, concernant le griot, de préciser : « *Aussi, sa présence dans les médias a impacté la pratique journalistique, en même temps qu'elles valorisent nos langues nationales. Communicateurs traditionnels et journalistes sont constamment en interaction et peuvent s'enrichir les uns les autres, ce qui écarte toute idée d'accaparement, du moins pour le moment, de l'espace médiatique par le griot, même si la concurrence est une réalité.* »³⁶⁸

Les griots constituent un pilier important de la communication politique au Sénégal. Certains sont carrément engagés en politique et prennent part même à des élections, c'est le cas de

³⁶⁵ M.-S. Frère, *Presse et démocratie en Afrique francophone. Les mots et les maux de la transition au Bénin et au Niger*, Paris : Karthala, 2000, p. 429

³⁶⁶ Kadialy Diakité, op.cit.

³⁶⁷ Dans l'émission « Sortie » de la télévision Walfadjri en mars-avril 2010.

³⁶⁸ Moustapha MBENGUE, *Les griots du Sénégal, de l'arbre à palabre au petit écran : analyse des pratiques info-communicationnelles des « communicateurs traditionnels »*, Paru dans « *L'esthétique de la parole*, sous la direction de Babacar Mbaye Diop, Presses universitaires de Dakar, 2020, pp.245-261, ISBN 978-2-954776-02-6.

Farba Ngome et de Khadim Samb, d'autres par contre préfèrent s'affilier à un parti politique pour simplement s'occuper de l'image du leader. Mais ils ont tous en commun cette vocation de médiateur entre les différentes chapelles politiques, d'une part et entre la classe politique et les familles religieuses et coutumières, d'autre part.

Outre l'implication active des griots, la communication politique sénégalaise est aussi marquée par le rôle que jouent les chefs confrériques et autres guides religieux dans l'évolution politique du pays.

CHAPITRE II : LE POUVOIR RELIGIEUX, ACTEUR DE PREMIER PLAN DANS LE PROCESSUS POLITIQUE AU SENEGAL.

L'histoire a montré que l'islam a de tout temps influencé la marche politique du Sénégal. Les relations entre pouvoir politique et pouvoir religieux sont ambivalentes, ponctuées de phases de tension et de séquences de collaboration plus ou moins étroites.

Section I : Rapports entre pouvoir politique et pouvoir religieux dans la colonie du Sénégal.

Avant de passer à l'analyse des rapports entre l'administration coloniale et l'autorité maraboutique, nous allons d'abord essayer de retracer l'histoire de l'islamisation du Sénégal. D'après Sebastiano D'Angelo, au Sénégal, l'islamisation s'est opérée à des époques différentes selon les régions. Il faut ici dissocier le Fouta-Toro de l'ancien empire Jolof. Dans le Fouta-Toro, les premières traces de la conversion des Toucouleurs remontent au XI^e siècle (Monteil 1980 : 124).³⁶⁹ Il faut toutefois préciser que jusqu'au XVIII^e siècle l'islam occupait une place très marginale dans ces terres. Au Fouta Toro par exemple, Il faut attendre 1776 avec la révolution des torodo menée par Thierno Souleymane Baal et Abdoul Kader Kane pour assister au renversement de la dynastie des Deniankés, peulhs, animistes, très hostiles aux toucouleurs musulmans et à l'établissement d'une théocratie musulmane. C'est l'ère des Almamy. Dans la région du Jolof, même s'il est détecté la présence de l'islam au XIII^e siècle, des auteurs comme Gouilly ; Monteil ; O'Brien, considèrent que l'islamisation renvoie plutôt aux premières conversions de masse qui ont eu lieu à partir du XVIII^e siècle dans la foulée du jihad torodo du FoutaToro, qui a fait tache d'huile dans toute la région. En effet, Maba Diakhou Bâ, figure historique de l'islamisation dans cette partie du Sénégal précolonial mena plusieurs guerres saintes contre les populations animistes. Maba Diakhou souhaite voir naître un État islamique du Fouta au Saloum, raison pour laquelle il attaqua avec Lat-dior et

³⁶⁹ D'Angelo Sebastiano, Politique et marabouts au Sénégal : 1854-2012, Academia, 2013

Alboury, le Cayor, le Baol et le Jolof. Maba aida Lat-dior à reprendre le Cayor, Alboury le Jolof, car il espérait que ceux-ci, une fois installés dans leurs royaumes, pourraient y instaurer l'islam, pour par la suite créer ensemble un État islamique. Après avoir attaqué le Cayor, dont la ville de Mbakhoul, leurs projets échouent, car ils ne voulaient pas sous-estimer la menace des colons français³⁷⁰. Dans l'optique du jihad, Maba, après avoir converti Lat Dior à l'islam, décide de l'aider à se venger du Bour Sine Coumba Ndoffène Famak Diouf qui lui avait refusé l'asile après la *bataille de Loro*³⁷¹. En juillet 1867, Maba, Lat-Dior et Alboury, tous des rois musulmans, engagent la bataille contre les troupes du Bour Sine, Sérères animistes. Lat-Dior et Alboury sentent que la bataille risque de tourner au désastre et conseillent à Maba Diakhou d'abandonner, mais Maba refuse, il veut mener la guerre sainte contre les Sérères. Lat-Dior et Alboury se retirent. Maba Diakhou Bâ, almamy du Rip, est tué à la bataille de Fandane-Thiouthioune, communément appelé la bataille de Somb.³⁷²

Quelques décennies plus tard, vont apparaître au Sénégal les confréries dont les principales sont : la Qadiriya, la Tidjaniya et la Mouridiya. Au Sénégal les confréries sont dirigées par le Khalife qui est aussi le fondateur et le chef suprême. Face aux flux importants de disciples, les guides suprêmes nomment des muqaddams ou des cheikhs à qui ils délèguent une partie de leur autorité et confient des milliers de disciples. Le Khalife est très puissant, il est à la tête de millions de talibés qui lui vouent un amour et un respect inconditionnels. Il est l'intermédiaire entre Dieu et les disciples, et à ce titre, ces derniers s'abandonnent entre ses mains, s'ils veulent atteindre l'expérience intérieure de la réalité divine (D'Angelo Sebastiano). A leur mort, ils sont remplacés à la tête de la confrérie par l'aîné des fils encore vivants. Actuellement c'est les aînés des petits fils qui trônent sur les confréries. De par le nombre extrêmement important de leurs disciples, ces confréries étaient devenues des réalités sociologiques que les rois et les colons ne pouvaient ignorer. Ainsi, le Khalife ou les Cheikhs étaient souvent des conseillers des rois ou occupaient la fonction de Kadis et rendaient à ce titre la justice selon les préceptes de l'islam. Cependant, les relations avec la puissance coloniale seront bien plus complexes.

Les rapports entre les colonisateurs et les marabouts peuvent ainsi être schématisés : dans un premier temps, on note une crainte des premiers à l'égard des deuxièmes, ensuite il s'est

³⁷⁰https://fr.wikipedia.org/wiki/Maba_Diakhou_B%C3%A2#Islamisation, consulté le 15/05/2022

³⁷¹ La bataille de Loro est livrée le 12 janvier 1864 au Sénégal, pendant les opérations de conquête du Sénégal par la France. Elle oppose les tiédos de Lat Dior aux troupes d'Émile Pinet-Laprade et se termine par la victoire de ces dernières. (Wikipédia)

³⁷² https://fr.wikipedia.org/wiki/Maba_Diakhou_B%C3%A2#Islamisation

produit un rapprochement entre les deux, rapprochement qui a conduit à un échange de services et à la participation des seconds dans le jeu politique.

Les craintes des français à l'égard des marabouts sont légitimes parce que l'islam a été une des principales forces d'opposition à la colonisation. Selon Christian Coulon : « *L'expérience les rendait attentifs à trois phénomènes qui constituaient pour eux autant de menaces à leur domination : l'agitation de type prophétique, le panislamisme et l'indépendance maraboutique.* »³⁷³ L'administration coloniale surveillait comme du lait sur le feu certaines communautés musulmanes comme les Toucouleurs et les Sarakolés, car elles ont de tout temps constitué des terreaux fertiles à des agitations de type prophétique menées par des illuminés qui se disaient être des mahdis. Des marabouts comme Fodé Souleymane Bayaga, Fodé Ismaila ou Abdoulaye Niakhite, pour ne citer que ceux-là, ont eu maille à partir avec l'administration coloniale à cause de leurs activités. Le premier nommé entreprit en 1908 de rassembler les Sarakolés à Tabadian en Haute Gambie où il construisit une mosquée fortifiée en dépit de l'interdiction de l'autorité. Cet acte sera sévèrement réprimé, le marabout fut tué, la fortification détruite et la communauté dispersée. Trois ans plus tard, Fodé Ismaila, lui aussi marabout Sarakolé annonce l'arrivée imminente du Mahdi et la création d'un vaste Etat islamique entre le Mali, la Mauritanie et le Sénégal. Il est accusé de mener des activités anti françaises et exilé en Côte d'Ivoire. Mais c'est sans doute le mouvement hamalliste qui donne du fil à retordre aux français. Créé par un marabout mauritanien, Sidi Mohamed, l'hamallisme connut son développement avec Cheikh Hamallah. Ce mouvement qui se considère comme une branche du tidjanisme, préconise une purification de la confrérie et un retour aux fondamentaux. Il s'est développé principalement entre la Mauritanie, le Mali et le Sénégal et put regrouper un nombre important de fidèles. Rien que pour le Sénégal, les rapports de l'administration coloniale ont dénombré 7511 fidèles en 1960³⁷⁴. Le mouvement demeure une énigme pour les français. Pour percer son mystère, l'autorité a lancé plusieurs enquêtes pour tenter de saisir la doctrine de l'hamallisme. Certains rapports l'ont qualifié de « *messes noires... qui se terminaient généralement en débauches sexuelles* »³⁷⁵ tandis d'autres le considéraient comme « *une sorte de société secrète religieuse à ramifications occultes, imprégnée de xénophobie et de sectarisme à tendance subversive...* »³⁷⁶ Cependant, ce dont

³⁷³ Christian Coulon, *Le Marabout et le Prince (Islam et pouvoir au Sénégal)*, A. PEDONE, 1981.

³⁷⁴ Ibidem.

³⁷⁵ Quesnot F : *l'évolution du tijanisme sénégalais*, mémoire C.H.E.A.M., 1958, dactyl., p 31

³⁷⁶ Lettre du Lieutenant-gouverneur du Sénégal à l'administrateur de Bakel, 18 mars 1930, dossier : journal de poste du cercle de Bakel, dossier 44 A.N.S.

l'administration avait le plus peur, c'était de voir l'hamallisme développer un sentiment de panislamisme.

En effet, l'autre crainte des autorités coloniales découle des rapports supposés ou réels entre les musulmans négro-africains de la colonie et ceux de l'Afrique du Nord et du Moyen Orient. L'islam arabe est décrit par l'administration coloniale comme violent, fanatique et intolérant, surtout à l'égard des chrétiens, contrairement à l'islam d'Afrique noire qui est plutôt calme et même sympathique à l'endroit des blancs. Les français redoutaient de voir leurs sujets épouser les idéaux du nationalisme islamique, ce qui pouvait sérieusement menacer leur domination. C. Coulon nous rapporte les écrits de Paul Marty, traduisant l'inquiétude des français en ces termes : « (...) *Nos indigènes noirs, si calmes et si indifférents dans leur foi musulmane, si sympathique au toubab, malgré tout ce que l'islam contient d'agressif contre les chrétiens, n'acquièrent ou ne peuvent acquérir qu'une fâcheuse mentalité au contact des musulmans fanatiques ou simplement hostiles de l'Ouest.* »³⁷⁷ Cette affirmation est d'autant plus crédible aux yeux des colonisateurs, que tous les agitateurs messianiques dans le passé ont eu à séjourner dans les pays Arabes ou ont eu des contacts avec les adeptes de cet islam fanatique. C'est ainsi que les autorités de l'époque décidèrent d'accorder une surveillance particulière à toutes les formes de relation (correspondances, pèlerinages, voyage ou journaux) entre musulmans arabes et musulmans négro-africains. Mais en même temps, pour juguler les velléités panislamistes, le pouvoir colonial dû s'appuyer sur les foyers religieux pour encadrer les fidèles. Dans ce registre la confrérie mouride, moins ouverte aux influences extérieures et prônant un islam véritablement négro africain fit figure d'exemple. La confrérie Tidiane qui, elle aussi était une soupape de sécurité face à la menace du nationalisme islamique, était moins fermée aux influences arabes, ce qui peut se comprendre par le fait la tidjaniya est d'origine maghrébine. De façon générale, les grands marabouts du Sénégal sont restés fidèles à leurs principes et ne se sont pas laissés influencer par les idéaux réformistes venant du Maghreb et du Moyen Orient. Ils tiennent scrupuleusement à leur indépendance. Cette indépendance des marabouts est aussi réaffirmée avec force dans les rapports avec l'administration coloniale. Les guides religieux ou Serigne sont de véritables autorités morales et politiques pour les millions de talibés. Les disciples reconnaissent en premier lieu l'autorité du Cheikh, celle du chef, ne vient qu'en deuxième lieu. Cet état de fait est d'ailleurs confirmé par Valzi, commandant du cercle de Louga en ces termes : « *Il est indéniable que notre autorité n'existe pas : il (l'indigène) ne reconnaît ni nos chefs ni nos tribunaux. Ce n'est*

³⁷⁷ C. Colon, op.cit. p 151

*qu'après avoir référé à son cheikh (cheikh), que si celui-ci l'y engage, il obéira aux ordres de nos agents indigènes. Il ne s'adressera que rarement aux juridictions du cercle pour régler les litiges qu'il pourra avoir avec d'autres mourides »*³⁷⁸ Les talibés sont avant tout des sujets du Cheikh avant d'être des sujets du Chef. Le lieutenant Nekkach, évoquant l'autorité du guide de la confrérie mouride, parlera « d'un véritable Etat dans l'Etat ». Cette posture de défiance et d'indifférence des disciples à l'égard des chefs indigènes sera à l'origine de vives tensions entre ces derniers et les marabouts. Amadou Mbaye, chef de la province du Siniakhor Oriental (cercle de Tivaouane) était l'un des plus grands pourfendeurs de Cheikh Ahmadou Bamba, fondateur et guide de la confrérie mouride. Dans une lettre adressée au commandant du cercle de Tivaouane en 1909, il écrit : « (...) *l'institution des mourides est préjudiciable à la famille, à l'autorité française, à la civilisation, à l'instruction arabe, à la religion musulmane et enfin à la société entière. Le Sheikh diminue l'autorité française qu'elle fait méconnaître de ses talibés qui vivent pour ainsi dire dans un autre monde que le nôtre* ». Mbakhane Diop, fils de Lat Dior avait dénoncé le même marabout à l'administration coloniale, l'accusant de s'armer en vue de mener un jihad. Les rapports entre le chef de canton Tanor et le marabout tidiane Serigne Thiénaba ont, en un moment donné, été si tendus qu'ils auraient pu dégénérer en graves incidents entre disciples et soldats, si le gouverneur n'était pas intervenu. D'autres chefs indigènes, par contre, ont toujours témoigné un grand respect et une profonde estime aux marabouts jusqu'à susciter les réprobations de la frange hostile. Il nous paraît toutefois important de noter que les inquiétudes et frustrations relayées à maintes reprises par les chefs noirs n'avaient pas pour autant ébranlé l'administration centrale, composée essentiellement de blancs et dans une moindre mesure de métisses. Le gouverneur général était plutôt soucieux de maintenir les bonnes relations qui se sont progressivement instaurées avec ces grands marabouts. La tendance est au rapprochement entre l'administration coloniale et les marabouts du Sénégal. D'après C. Coulon, trois éléments doivent être particulièrement mis en relief pour comprendre cette entente entre les deux parties. Il s'agit d'abord du contrôle et de la surveillance que l'administration coloniale exerce sur les marabouts, de l'insertion des marabouts dans l'économie de traite et enfin de l'intérêt des deux entités à maintenir l'ordre politique établi.

Comme le dit l'adage : la confiance n'exclut pas le contrôle. Pour se rapprocher des puissants marabouts, l'administration coloniale sentit la nécessité d'opérer un contrôle et une surveillance plus ou moins discrète sur les marabouts, pris individuellement, et sur les

³⁷⁸ Ibidem, p 155

institutions islamiques de façon générale. C'est ainsi que l'enseignement coranique fut réglementé dans la colonie du Sénégal avec une batterie de mesures prises par l'administration centrale. Par exemple, il fallait avoir une autorisation avant d'ouvrir une école coranique, les enfants devaient obligatoirement être scolarisés et figurer dans un registre tenu par le maître coranique, l'école coranique était placée sous la tutelle d'une commission de surveillance, etc. En même temps, les renseignements sur les marabouts ont été collectés par les chefs indigènes, les agents de la sûreté et les commandants de cercle. Ces derniers se sont attachés les services d'espions, recrutés dans le cercle restreint du marabout, parfois même parmi les membres de sa famille. Cependant, l'administration centrale n'était guère satisfaite de la qualité des renseignements, parasités par plusieurs facteurs. C'est pourquoi en 1906 il fut créé le service des affaires musulmanes de l'AOF. Il était composé d'officiers qui avaient une bonne connaissance de la langue arabe et de la religion musulmane et dont la mission était de mener des enquêtes approfondies sur les confréries et leurs chefs. Plusieurs investigations furent menées, beaucoup de rapports produits et des fiches de renseignements personnels établis pour chaque marabout. C'est ainsi qu'une meilleure connaissance du milieu maraboutique permit aux marabouts de jouir désormais « *d'une sorte d'autonomie surveillée* ». ³⁷⁹ Mais les français n'étaient guère rassurés des contacts extérieurs que pouvaient avoir les musulmans du Sénégal avec ceux du Moyen Orient. C'est la raison pour laquelle le pèlerinage à la Mecque fut rigoureusement encadré par le pouvoir colonial. Jusqu'à la seconde guerre mondiale il fallait disposer d'une autorisation pour se rendre aux lieux saints de l'islam et les personnes jugées trop suspectes étaient d'emblée écartées. Par la suite, le pèlerinage était organisé par l'administration de l'AOF elle-même, sous l'autorité d'un commissaire du gouvernement pour le pèlerinage.

Par un contrôle partiel et une surveillance discrète, les français ont pu tracer les sillons d'une coopération quotidienne et utile avec les marabouts. Car, d'importants enjeux économiques et politiques vont amener les deux parties à collaborer pour la sauvegarde de leurs intérêts.

Quand la France a décidé de faire du Sénégal un grand pays producteur et exportateur d'arachides, il fallait trouver un mécanisme pour avoir des prix d'achat aux producteurs très bas et ainsi rentabiliser la commercialisation. C. Coulon écrit : « *La culture de l'arachide, si elle permettait tout juste au paysan de vivre, était malgré tout rémunératrice pour les serignes, car elle n'impliquait de leur part nul travail, nul investissement et surtout nul paiement de salaires (malgré certaines contreparties au talibé). Les chefs religieux*

³⁷⁹ Ibidem.

*musulmans, grâce à leurs nombreux disciples, disposaient en effet d'une force de travail souvent considérable et quasiment gratuite. Ils encouragèrent donc et firent pratiquer la culture de l'arachide, constituèrent une courroie de transmission particulièrement efficace entre les intérêts européens et les paysans. Ils furent l'aiguillon de la politique économique coloniale. (...) Leurs actions dispensa les français de mettre en œuvre des moyens autoritaires (cultures obligatoires, « champs du commandant ») pour contraindre les paysans à s'adonner aux cultures d'exportation, comme cela fut souvent le cas ailleurs. Grâce à la culture arachidière, les marabouts purent prélever un surplus commercialisable, source de revenue monétaire. »*³⁸⁰ Comme nous pouvons le constater, autant pour les français, les marabouts aussi trouvaient leur compte dans la culture et la commercialisation de l'arachide. Ces relations gagnant-gagnant sur le plan économique vont connaître des ramifications sur le plan politique.

Les bouleversements politiques consécutifs, à l'émergence d'une élite locale constituée d'évolués, au retour des anciens combattants et au développement d'une classe ouvrière dans les centres urbains, vont amener administration coloniale et élite maraboutique à travailler ensemble pour maintenir l'ordre politique en vigueur. Face à une poussée contestataire des nouvelles élites sénégalaises, les français vont ériger les marabouts, désormais fidèles et loyaux collaborateurs, en remparts de l'ordre colonial. Ces derniers, eux aussi satisfaits de la « nouvelle collaboration économique » avec les français, ne voient pas d'un bon œil une redistribution des cartes. Si l'administration coloniale sort le bâton (création en 1934 du service spécial de police et de sûreté du Sénégal) et quelquefois la carotte (reconnaissance du droit de syndiquer) pour annihiler les velléités révolutionnaires, la classe maraboutique, elle, s'engage en politique en enjoignant ses disciples à œuvrer en faveur du maintien de l'ordre politique existant.

Les relations entre français et marabouts vont se renforcer et se matérialiser par un échange de services. Autrement dit, les marabouts vont rendre des services aux français, qui à leur tour vont retourner l'ascenseur à leurs bienfaiteurs. Se créèrent alors des relations d'interdépendance entre l'autorité civile et l'autorité maraboutique. Les chefs religieux régnaient dans le cœur des disciples, ils jouissaient d'un grand prestige moral et social. Le gouverneur régnait sur l'État et contrôlait ses appareils. C'est donc tout naturellement que les deux décidèrent de travailler ensemble pour la sauvegarde du régime politique et partant, de leurs intérêts propres. Selon C. Coulon, les marabouts vont rendre deux types de services aux

³⁸⁰ Ibidem.

colonisateurs : ils vont remplir la fonction de légitimation du pouvoir colonial et ensuite, devenir des relais de l'autorité coloniale.

Dans les centres urbains la légitimation du pouvoir colonial n'a pas souffert de contestations majeures. Les multiples réalisations et les grands changements apportés dans la vie social ont fini de légitimer la présence des français. En revanche, dans les zones rurales la légitimation du pouvoir colonial était moins évidente. C'est là que les marabouts entrent en jeu pour servir de courroie de transmission de l'autorité coloniale aux masses rurales. C. Coulon écrit : *« Ainsi au Sénégal, ce fut par la personne interposée du marabout que le pouvoir colonial rechercha un appui idéologique. Les chefs religieux musulmans en manifestant publiquement leur fidélité aux autorités coloniales fournirent à celles-ci l'auréole de légitimité qui, sans cela, leur aurait fait défaut auprès des masses paysannes. Le paysan obéissait à l'autorité coloniale en tant que taalibé plus en tant que sujet de la France, plus donc par fidélité à son marabout que par adhésion aux valeurs civilisatrices des Européens. »*³⁸¹ A chaque fois qu'une tribune leurs est offerte, à l'occasion de la réception du gouverneur général, par exemple, les marabouts ne manquent pas l'occasion de réaffirmer à haute et intelligible voix leur loyauté et leur reconnaissance à la « mère patrie : la France ». Ce fut le cas lors de la visite du gouverneur Goujon, le Khalife des mourides, El hadji Falilou Mbacké dira dans son discours : *« Je profite de cette rare occasion pour renouveler à la France, que vous symbolisez, l'expression de notre profonde gratitude et l'assurance de notre sincère collaboration. Aujourd'hui comme demain, nous entendons toujours rester sous la tutelle paisible de la France. »*³⁸² Ces propos de Serigne Falilou en disent long sur le rôle joué par la classe maraboutique dans la légitimation du pouvoir politique coloniale. Ce genre de déclaration fut à l'époque un rituel auquel sacrifiaient tous les guides religieux à l'occasion des réceptions d'une autorité politique. Même quand l'autorité et l'intégrité de la France ont été menacées par des facteurs externes, les marabouts du Sénégal se sont montrés solidaires et ont aidé à combattre les ennemis. Pendant les deux grandes guerres les chefs religieux ont participé activement à la mobilisation des tirailleurs pour aller défendre la mère patrie. Certains, comme El Hadji Malick Sy, ont même envoyé leurs fils en Europe pour combattre les ennemis de la France.

Les marabouts vont également servir de relais de l'autorité coloniale dans le domaine administratif et politique et dans le domaine économique. Les français vont très tôt

³⁸¹ Ibidem.

³⁸² Dossier sur la tournée du gouverneur du Sénégal dans le cercle de Diourbel (24-27 janvier 1954), ANS Saint Louis non classé.

comprendre qu'ils ne pourraient administrer les zones périphériques sans le soutien des marabouts. Ces derniers deviendront de véritables auxiliaires de l'administration coloniale. Parce que le chef de canton ou le commandant de cercle fait généralement usage de menaces, de violences ou de contraintes pour voir ses ordres exécutés, alors que le marabout peut faire exécuter ce même ordre sans violence ni contrainte. De ce point de vue, ils se révèlent plus efficaces que l'administration coloniale déconcentrée. C'est la raison pour laquelle l'administration centrale faisait souvent appelle aux guides religieux pour régler les litiges fonciers, recruter des soldats, collecter les impôts, nommer ou proposer à la nomination les chefs de village, etc. Les chefs de canton et commandants de cercle faisaient désormais figure d'ambassadeurs de la France dans les zones périphériques.

Sur le plan économique, les marabouts vont se positionner en défenseur des intérêts français. Face au marasme économique dû à la crise des années 30 et des années 40 et face à la tentation des paysans de délaisser la culture arachidière pour retourner aux cultures vivrières, les gouverneurs Deschamps et Wiltord par l'intermédiaire des commandant de cercle demandèrent aux marabouts d'agir directement auprès des paysans pour qu'ils n'abandonnent pas la culture de l'arachide. C'est ainsi que le Khalife des mourides Mamadou Moustapha Mbacké prit l'engagement auprès du gouverneur Deschamps de ne cultiver que de l'arachide dans ses quelques deux cents champs. De même, lors de la construction du chemin de fer Diourbel-Touba la France fit, à maintes reprises, appelle aux marabouts pour fournir la main d'œuvre.

En retour les français sauront se montrer déferents et généreux à l'égard de leurs bienfaiteurs. Dans un premier temps, l'administration coloniale va, à chaque fois que l'occasion se présente, manifester sa reconnaissance à l'autorité maraboutique. Les ministres de la métropole, le gouverneur général et le gouverneur du Sénégal à l'occasion des visites dans la colonie du Sénégal, ne manquaient jamais d'inclure dans leur programme une visite chez le khalife. C'était un acte hautement important pour ce dernier. En effet, plus un Khalife jouit de la reconnaissance du pouvoir colonial, plus son autorité sur ses talibés s'accroît. Mais il devait en même temps veiller à ne pas paraître comme un valet du colonisateur. La reconnaissance de l'autorité du marabout par l'administration était également importante pour rétablir les règles de préséance au sein d'une confrérie. Car il arrivait que des personnalités d'une confrérie remettent en cause l'autorité du Khalife, donnant lieu à une guerre de succession. Le pouvoir colonial su, à chaque fois que de besoin, installer son candidat à la tête de la communauté et prendre les dispositions nécessaires pour le respect de la hiérarchie. Enfin, les autorités françaises ne manquaient jamais de rehausser de leur présence les cérémonies

religieuses organisées par les confréries. La cérémonie officielle du Magal de Touba³⁸³ et des gamous³⁸⁴ constitue le point d'orgue de l'événement religieux où s'échangent des discours entre le Khalife et les représentants du pouvoir colonial. En outre, les français veillaient à la préservation des intérêts des marabouts. Ils leur accordaient de fortes sommes d'argent, plusieurs centaines d'hectares et ferment les yeux sur le non-remboursement des prêts contractés auprès des institutions financières coloniales. C. Coulon écrit : « *D'abord, l'administration disposait de « fonds secrets » dont une partie était réservée à se concilier les chefs religieux. Tous les grands marabouts en bénéficièrent* »³⁸⁵ Toujours d'après l'auteur du livre : *Le Marabout et le Prince (L'islam au Sénégal)*, Cheikh Anta Mbacké, frère de Cheikh Ahmadou Bamba a pu bénéficier des largesses des français malgré son attitude plus ou moins hostile à leur égard. Les autorités françaises contribuaient également, de façon significative, matériellement et financièrement à la construction des mosquées. Quand les mourides décidèrent, après le retour d'exil de Serigne Touba, de construire la plus grande mosquée d'Afrique de l'Ouest, le pouvoir colonial qui s'était montré hésitant au départ, décida d'accorder son autorisation en 1926. Et mieux, « *En 1929, l'administration céda au nouveau Khalife Mamadou Moustapha un terrain domanial de quatre cents hectares et accorda une subvention qui, ajoutée aux dons des fidèles, permit de commencer les travaux...* »³⁸⁶ La mosquée fut inaugurée en 1963 par Serigne Falilou Mbacké, soit plus de quarante ans de travaux. Durant tout ce temps, l'administration coloniale, puis les autorités sénégalaises n'ont cessé de contribuer matériellement et financièrement à la réalisation de la grande mosquée de Touba. Même durant les grands rassemblements religieux (Magal, Gamou, Tabaski et Korité) l'autorité coloniale ne manque jamais de mettre la main à la poche pour aider à l'organisation de l'événement. Dans un deuxième temps, dans un souci de modernisation de la culture d'arachides et d'augmentation des rendements, l'administration décide d'octroyer des centaines d'hectares aux chefs religieux, dont l'exploitation devait être encadrée par les agents de l'agriculture. Les marabouts créèrent des coopératives qu'ils présidaient et dont les membres furent pour l'essentiel leurs propres talibés. L'objectif était de bénéficier de prêts

³⁸³ Fête religieuse chez les mourides qui commémore le départ en exil de Cheikh Ahmadou Bamba.

³⁸⁴ Fête religieuse célébrant la naissance du prophète Mouhamed P.S.L

³⁸⁵ Voir à titre d'exemples :

- Dossiers de fonds secrets, année 1913, A.N.S. 17G24 ;
- Correspondance confidentielle, année 1913, lettres du 8 mai : justifications des fonds secrets à Tivaouane, Thiès, et dans le Baol, A.N.S.

³⁸⁶ C. Coulon, op.cit. p 187

avantageux auprès de la Banque de l'Afrique Occidentale (BAO)³⁸⁷ et de pouvoir acheter le matériel agricole et les intrants à moindre coups. Malgré les difficultés de rembourser les prêts contractés et en dépit des rendements agricoles en deçà des résultats escomptés, l'administration décida de ménager les marabouts et de fermer les yeux sur les nombreux couacs notés dans la gestion des fonds et dans la conduite des exploitations.

De façon générale, l'échange de bons procédés entre les autorités françaises et les autorités maraboutiques s'est opéré à la grande satisfaction des deux parties. Au demeurant, les chefs religieux vont prendre part, progressivement à la vie politique quand les métisses puis les noirs ont commencé à occuper le devant de la scène.

En effet, l'implication politique des marabouts s'est faite avec l'africanisation de la vie politique. L'émergence d'un leadership politique africain a d'une certaine façon conduit ou a favorisé l'entrée en scène des marabouts dans la sphère politique. Cependant, leur influence était limitée du fait de la limitation du droit de suffrage aux habitants des quatre communes. Cela ne les empêcha pas, toutefois, de se lier à des politiciens influents qui seraient en mesure de servir leurs intérêts. Les politiciens locaux, de leur côté pourraient bénéficier d'un important soutien financier de la part des marabouts. C. Coulon révèle que François Carpot³⁸⁸ fut le premier homme politique autochtone à mesurer l'impact croissant de l'islam et des marabouts. Il forgea de solides relations avec la communauté mouride. Il intervient à plusieurs reprises auprès de l'administration coloniale pour plaider la cause de Cheikh Ahmadou Bamba. Il paraît que, c'est à la suite de son intervention que le Cheikh fut autorisé à rentrer au bercail après sept ans d'exil au Gabon. Même quand Serigne Touba fut de nouveau exilé en Mauritanie, Carpot n'a jamais cessé de plaider sa cause auprès des autorités coloniales. Et pour toutes ces marques de sollicitude, il fut largement entretenu par les subsides des mourides.

F. Carpot intervient également avec succès auprès du pouvoir colonial en faveur du marabout tidiane Cheikh Bou Kounta. Ce dernier s'était retrouvé au cœur d'un litige foncier avec les lamanes (maître de la terre) sérères. Grâce à la plaidoirie de l'avocat, le marabout pu s'octroyer quelques centaines d'hectares au détriment des lamanes et contre l'avis des administrateurs locaux. Malheureusement pour F. Carpot, un concurrent de taille va faire son

³⁸⁷ La Banque de l'Afrique Occidentale, connue sous son sigle : « B.A.O. », est de loin le plus ancien établissement bancaire français installé sur la côte occidentale d'Afrique. Elle a en effet pris en 1901 la suite de la Banque du Sénégal, qui avait été créée sous le Second Empire par un décret du 23 décembre 1853. (<https://www.monde-diplomatique.fr/1960/04/A/23550>)

³⁸⁸ François Carpot est un avocat métis originaire de Saint-Louis qui fut député du Sénégal à la Chambre des députés française entre 1902 et 1914. (Wikipédia)

apparition sur la scène politique locale : Blaise Diagne. Ce dernier, sénégalais bon teint a pu rallier à sa cause les lébous de Rufisque et de Dakar grâce à Galandou Diouf et Assane Ndoye. Il se rapprocha aussi des mourides. Blaise, en effet, s'était montré très avenant à l'endroit du guide de la confrérie durant son exil gabonais. Il joua un grand rôle dans l'apaisement des relations entre les mourides et les français.

Lors des élections à la députation de 1914, par loyauté, les mourides ont donné de l'argent à F. Carpot, à B. Diagne et à Theveniaut. Mais au second tour de l'élection, ils soutiennent politiquement et financièrement B. Diagne qui l'emporta devant le français Heimburger. Pour la première fois un noir est élu député à l'assemblée générale de la France. Diagne va continuer à bénéficier du soutien des mourides, spécialement celui de Mamadou Moustapha fils aîné de Cheikh Ahmadou Bamba, porté à la tête de la confrérie après la disparition de ce dernier. Quand Galandou Diouf se sépare de son mentor et décide de se présenter contre lui à l'élection de 1928, il est soutenu financièrement par Cheikh Anta Mbacké, dissident mouride, ne reconnaissant pas l'autorité de son neveu Mamadou Moustapha. « *Cheikh Anta lui alloue une somme de 75 000 F CFA.* »³⁸⁹ Blaise bénéficia du soutien financier du nouveau Khalife des mourides. Il faut ici rappeler que le député noir avait beaucoup aidé le jeune Khalife dans l'affaire Tallerie³⁹⁰. A la mort de Blaise, Galandou lui succède à l'assemblée nationale française en 1934. Face à cette nouvelle donne, Mamadou Moustapha décide d'apporter son soutien à Lamine Gueye rival de Galandou.

Après la deuxième guerre mondiale, des lois furent votées pour étendre la citoyenneté française à tous les ressortissants d'Outre-mer (loi Lamine Gueye du 7 mai 1946) et consacrer le principe du suffrage universel (loi-cadre du 23 juin 1956). Ces lois vont naturellement bouleverser la vie politique sénégalaise. Limitées entre les quatre communes, l'effervescence et les luttes politiques vont désormais toucher la brousse. Ce qui constitue une aubaine pour les marabouts qui suivent avec beaucoup d'attention l'évolution politique ainsi que les nouvelles forces émergentes. Deux personnalités vont tenir en haleine la vie politique sénégalaise pendant une dizaine d'années : Lamine Gueye et Léopold Sédar Senghor. Leur rivalité va rythmer l'espace politique. Et pourtant, c'est le premier qui a mis le pied à l'étrier du deuxième. Ils étaient de proches collaborateurs avant qu'ils ne se séparent et se livrent à une lutte féroce. Les marabouts ne tardent pas, chacun en ce qui le concerne, à choisir leur camp. Senghor après avoir quitté la SFIO met en place sa propre formation politique, le BDS

³⁸⁹ C. Coulon, op.cit., p 197

³⁹⁰ Du nom de cet ancien commandant de cercle, recruté pour conduire les travaux de la grande mosquée de Touba et qui avait été accusé par Blaise Diagne d'avoir fait signer des documents frauduleux au Khalife Mamadou Moustapha. Cheikh Anta a été aussi cité comme ayant eu partie liée avec Tallerie.

et part à la conquête des masses rurales. Tandis que Lamine Gueye se concentre plus dans les zones urbaines. Dans cette « guerre » le facteur maraboutique sera déterminant dans la victoire de Senghor. En effet, il put s'octroyer le soutien des plus grands marabouts comme Serigne Fallou Mbacké (khalife général des mouride), Cheikh Tidiane Sy (fils du Khalife Ababacar Sy), Seydou Nourou Tall, etc. Lamine Gueye quant à lui n'a pu compter que sur l'appui de Cheikh Mbacké, neveu et rival de Serigne Fallou, Ibrahima Niasse, marabout dans le Sine-Saloum, Seydina Issa Laye, etc. Le climat politique durant cette période était particulièrement délétère. Il y a eu des allégations portant atteinte à l'honorabilité des leaders politiques et même de certains marabouts, des expéditions punitives chez certains Khalifes généraux, des affrontements entre talibés et forces de l'ordre, etc. On note aussi que les rivalités maraboutiques se sont répercutées sur les rivalités politiques. C'est certainement avec soulagement et satisfaction que la classe politique et la classe maraboutique ont accueilli la décision des deux partis politiques d'enterrer la hache de guerre pour s'unir au sein d'une même formation politique l'UPS en avril 1958. C'est une nouvelle page de l'histoire politique du Sénégal qui s'ouvre avec des défis et des problèmes devant lesquels les marabouts vont prendre position.

Section II : Les marabouts dans la construction et l'évolution politique de la République du Sénégal.

En 1958 Charles De Gaulle revient au pouvoir en France avec la ferme décision d'extirper son pays des borbiers indochinois et algérien et de trouver des voies pacifiques au processus de décolonisation enclenché dans les autres colonies françaises.

Au Sénégal, il est proposé de maintenir les liens avec la France dans le cadre de la communauté française avec une plus grande autonomie. Le peuple sénégalais allait devoir se prononcer au cours d'un référendum *pour* ou *contre* la communauté française. Ce changement institutionnel en perspective allait naturellement donner lieu à de grands bouleversements politiques et sociaux, face auxquels les marabouts vont devoir prendre position et œuvrer pour la sauvegarde de leurs intérêts.

En effet de 1958 aux années 70 la vie politique sénégalaise est marquée par des crises provoquant une certaine incertitude chez les marabouts. La volonté d'une certaine élite d'obtenir l'indépendance immédiate, la crise politique entre Senghor et Dia, le vote du code de la famille sont autant d'événements qui interpellent les marabouts et qui les amènent à soutenir un bord au détriment de l'autre.

Les réformes institutionnelles proposées par le général De Gaulle en 1958 ont divisé la classe politique et au-delà, la société sénégalaise. Les partisans du *oui* et du *non* s'organisent, se structurent pour une victoire éclatante au soir du référendum. Sur le plan politique, Senghor et Dia, principaux leaders de l'UPS, manifestent clairement leur volonté de rester dans la communauté française. Position qui était loin d'être partagée par d'autres membres dudit parti, à savoir Abdoulaye Ly, Amadou Makhtar Mbow, Mbaye Jacques Diop, etc. Après moult tergiversations l'UPS rendit publique le 20 septembre sa décision de faire voter *oui* au référendum. Ce qui provoque immédiatement le départ de l'aile gauche du parti qui met ensuite en place le Parti pour le Rassemblement Africain- Sénégal (PRA) pour rester fidèle à la résolution de Cotonou prise en juillet exigeant l'indépendance immédiate.

Les marabouts de leur côté s'organisèrent et multiplièrent les initiatives pour le triomphe du *oui* le jour du référendum. Coulon révèle : *« On retrouve la plupart de ces grands chefs religieux au sein du comité d'organisation islamique créé en 1957 dans le but de sauvegarder les destinées de la religion musulmane et de l'Association pour la Vème République, fondée au moment de la préparation du référendum. Le 5 septembre, avant que l'UPS n'ait fait connaître officiellement sa position, les chefs musulmans proclament qu'ils soutiennent l'action du général De Gaulle. »*³⁹¹ Les marabouts étaient particulièrement inquiets de voir de jeunes cadres sénégalais tenir des discours très hostiles à leur endroit. Abdou Diouf qui sera gouverneur puis premier ministre, écrit dans son mémoire défendu à l'école nationale de la France d'Outre-mer : *« (...) la majorité des marabouts, ignore la notion d'intérêt public ; ce ne sont que des féodaux ne représentant absolument rien et ne vivant que dans la poursuite de leurs intérêts propres. »*³⁹² Ce type de déclaration ne présageait rien de bon pour les guides religieux qui, à l'occasion des grands rassemblements, appelaient leurs fidèles à voter pour le maintien du Sénégal dans la communauté franco-africaine. Le 3 septembre, le Khalife de Mouride El Hadji Falilou Mbacké fait savoir à Mamadou Dia qu'il souhaite que le Sénégal restât dans le giron français. Le 17 septembre, le journal Dakar-matin publie cette déclaration de Cheikh Tidiane Sy : *« Je suis en faveur d'un vote positif, car j'estime que dans les circonstances actuelles l'intérêt de mon pays est de demeurer dans le cadre d'une communauté franco-africaine et non de s'engager dans la voie aventureuse d'une indépendance précoce (...). Je demande à tous mes fidèles d'émettre en masse un vote positif le 28 septembre prochain (...). Guide spirituel de milliers de croyants, mon devoir est aussi d'éclairer ceux-ci sur leurs intérêts réels et de les maintenir sur le chemin de la sagesse et de*

³⁹¹ C. Coulon, op.cit. p 211

³⁹² Ibidem.

la raison. »³⁹³ Le 26 septembre, soit 9 jours après cette publication, son oncle et non moins Khalife général des tidjanes, Abdoul Aziz Sy, déclare, lors du gamou, devant le gouverneur Lami, venu apporter les salutations de la France et devant 150.000 pèlerins : « *Je demande à tous les fidèles de la secte tidjane de ce pays d'être des collaborateurs sincères de la France toujours présente à nos côtés.* »³⁹⁴, après s'être lui-même déclaré : « collaborateur sincère de la France ». Les chefs coutumiers n'étaient pas en reste dans cette vaste campagne pour le triomphe du *oui*. Le grand Serigne de Dakar, chef supérieur de la collectivité Lébou avait publiquement menacé de faire sécession en cas de victoire du *non*. Les marabouts étaient soucieux de la préservation de leurs intérêts économiques et de la pérennisation de la reconnaissance de leur autorité auprès des pouvoirs politiques. Leur engagement pour le maintien du statu quo n'a d'égal que l'écrasante victoire du *oui* au soir du 28 septembre. « *Les résultats comblèrent d'aise les marabouts. Les « oui » l'emportèrent largement : 870.362 « oui » contre 21.904 « non » sur (1.110.823 inscrits).* »³⁹⁵ Revigorés par ce raz de marée du *oui*, dont ils se considèrent comme les principaux artisans, les marabouts voient désormais plus grand et entendent participer activement et directement à la vie politique de la future République sénégalaise. Et la meilleure façon d'y arriver est tout simplement de mettre sur pied un parti politique. Mais avant d'en arriver à ce point de non-retour, les chefs religieux décidèrent de transformer le *comité d'organisation islamique* en un *conseil supérieur des chefs religieux* dont les principaux buts étaient :

- « Protéger, sauvegarder et maintenir les dogmes de l'islam dans leur véritable sens. » ;
- « Contrôler et vérifier que la constitution qui devra être soumise à l'approbation du peuple donne à l'islam dans le nouvel Etat sénégalais (...) une liberté absolue. » ;
- « Faire accepter toute constitution conforme aux intérêts de l'islam (...) et faire rejeter toute constitution dont la teneur peut porter atteinte tant soit peu à l'islam et à l'expansion de l'islam. » ;
- « Servir de médiateur dans tout différend existant ou pouvant exister entre musulmans et ceux-ci et l'administration en vue d'une réconciliation parfaite et d'une cordiale entente pour la paix de tous. » ;
- « Défendre les intérêts généraux et particuliers des membres de l'islam dans tous les domaines, économiques, politiques, social, culturel et judiciaire. ».³⁹⁶

³⁹³ Dakar Matin, 17 septembre 1958

³⁹⁴ C. Coulon, op.cit. p 212

³⁹⁵ Ibidem

³⁹⁶ Cf statuts de l'association cités par Coulon, op.cit., p 215

Il faut ici préciser que ce conseil supérieur des chefs religieux regroupe l'essentiel des grands marabouts du Sénégal. Moriba Magassouba nous informe que : « (...) outre El Hadji Ibrahima Niasse qui en sera l'élément le plus actif, Serigne Falilou Mbacké (Khalife de mourides), Abdoul Aziz Sy (Khalife des tidjanes), Seydina Mandione Laye (Khalife de layènes), Cheikh Talibouya et Sidi Lamine Kounta (Khalife Khadir) et Amadou Lamine Diène (grand imam de Dakar)³⁹⁷. Toujours, révèle Magassouba, le conseil exigeait de pouvoir désigner 40 des 80 députés de la future assemblée nationale. Jugeant ces revendications exagérées, Senghor et Dia ont préféré tout simplement les ignorer. Mais ils ne voulaient pas, en même temps, détériorer leurs relations avec les marabouts. C'est pourquoi ils décidèrent de travailler au corps ces derniers, pris individuellement. L'objectif était de casser l'unité des marabouts, autrement dit, diviser pour mieux régner. Et la stratégie ne tarde pas à porter ses fruits, car très vite, apparurent les vieilles rivalités entre marabouts. Chacun d'eux n'étant intéressé que par les avantages qu'il pouvait tirer des autorités politiques. La dynamique unitaire maraboutique ainsi cassée, ils resteront, pour la plupart, aphones lorsque la nouvelle constitution fut promulguée 24 janvier 1959. Ne s'avouant pas vaincu, El Hadji Ibrahima Niasse tente une dernière action en envoyant un télégramme de protestation au nom du conseil au général De Gaulle, ainsi libellé : « *Chefs religieux Sénégal traduisant opinion majorité pays, vous adressent vives protestations contre le fait que gouvernement Sénégal entend imposer population du pays constitution approuvée seulement par assemblée constituante-stop- vote unique assemblée élue sous régime constitution d'octobre 1946, permet de soustraire constitution sénégalaise compétence populaire-stop- vous demandons respectueusement user pouvoir qui vous sont conférés, légalité, principes démocratiques inviolables. Sentiments respectueux.* »³⁹⁸ Non seulement le Président de la République française n'a pas donné suite à ses demandes mais ses homologues au sein du conseil le désavouèrent en assurant au gouvernement sénégalais de leur confiance et de leur dévouement. Ce fut la fin du *conseil supérieur des chefs religieux*. Ayant perdu le soutien des autres Khalifes, les deux marabouts contestataires, à savoir Cheikh Tidiane Sy et El Hadji Ibrahima Niasse décident de créer le 7 février 1959, soit deux semaines après la promulgation de la nouvelle constitution, un parti politique d'opposition : le Parti pour la Solidarité Sénégalaise (PSS). Les membres du parti étaient essentiellement des talibés des deux marabouts, de politiciens mécontents de la direction prise par l'UPS comme Ibrahima Seydou Ndao, de dirigeants d'associations islamiques, de leaders syndicaux et étudiants, d'opérateurs

³⁹⁷ Moriba Magassouba, *l'islam au Sénégal, Demain les mollahs ?* KARTHALA, 1985.

³⁹⁸ C. Coulon, *op.cit.*, p 214-215

économiques français inquiets de la trajectoire indépendantiste prise par l'UPS. Pour reprendre l'expression de M. Magassouba, le PSS était un parti « *attrape-tout* ». Le caractère hétérogène de ses soutiens a certainement rendu compliqué la définition et l'adoption d'une idéologie unique pour le parti. Toutefois, dans le manifeste publié dans le journal Dakar - Matin du 2 février 1959 il est écrit que le Sénégal doit être « uni avec le peuple de France pour le meilleur et pour le pire. » Ce qui traduit clairement leur attachement à la communauté franco-africaine en dépit de leur volonté d'affirmation de l'identité sénégalaise. Aux élections législatives de mars 1959 le PSS présenta des candidats dans six des sept circonscriptions mais subit une défaite cuisante. « *La belle veste que nos marabouts politiques se ramassèrent donnera à leur défaite l'allure d'une véritable déroute. Littéralement laminé, le parti maraboutique avec seulement 12% des suffrages exprimés n'obtint pas un seul député à l'assemblée ! Il ne devait pas se relever de cet échec cinglant.* »³⁹⁹ Le jeune marabout Cheikh Tidiane Sy avait mal vécu ce revers électoral. Dépit, outré, déçu, il entre en rébellion, se lance dans une sorte de guérilla politique en utilisant ses nombreux dahiras transformés en cellule politique et chargés de répercuter les mots d'ordre du marabout politicien, de vendre les cartes de membre et de diffuser *Solidarité*, l'organe de presse du PSS. Le 23 juin 1959, après une séance de chants religieux jugée trop politique par le pouvoir, C.T. Sy est embastillé et conduit à la prison civile de Dakar. Il est libéré au mois de décembre de la même année après que Ibrahima Niasse ait promis au Président du Conseil de dissoudre le PSS. Les deux marabouts annonçaient leur ralliement à l'UPS le 14 janvier 1960, s'en était fini pour le PSS. L'avènement du Parti pour la Solidarité Sénégalaise est fort intéressant dans le sens où il constitue la première tentative d'organisation autonome de dignitaires religieux avec des buts politiques clairement affirmés. D'autres formations politiques dirigées par des marabouts verront le jour bien des années après le PSS. Nous pouvons citer : le Parti de la Vérité pour le Développement (PVD) fondé par Serigne Modou Kara ; le Parti pour l'Unité et le Rassemblement (PUR), bras politique du mouvement Moustarchidine wal Moustarchidaty ; le mouvement Bes du Niakk (arrivera un jour) du marabout tidjane Elhadji Mansour Sy Djamil, etc.

L'épisode de la promulgation de la nouvelle constitution et celui des élections législatives de mars 1959 ayant tourné à l'avantage du pouvoir politique, les marabouts vont très vite avoir l'occasion de reprendre du poil de la bête en se positionnant comme juges et arbitres dans le conflit Senghor/Dia.

³⁹⁹ M. Magassouba, op.cit., p 103

Léopold S. Senghor et Mamadou Dia sont de vieux compagnons de route liés par une amitié vieille de plus 15 ans. Le premier, Président de la République et le deuxième, Président du Conseil, présidaient aux destinées de la jeune République sénégalaise. Mais en 1962, éclate une crise entre ces deux personnalités qui incarnent le pouvoir exécutif. Pour comprendre cette crise il faut se référer à deux facteurs. D'abord la dualité au sommet de l'Etat posait vraisemblablement problème du fait d'une interprétation divergente des dispositions de la constitution relatives aux pouvoirs de l'un et de l'autre. C. Coulon nous révèle que : « *Senghor se plaignait d'être tenu à l'écart de la direction des affaires publiques et M. Dia d'avoir à subir les tentatives d'immixtion du Président de la République dans le travail gouvernemental. Cette situation créa une atmosphère de malaise que les diverses factions politiques s'employèrent à exacerber* »⁴⁰⁰ *A-t-on déjà vu deux caïmans dans la même mare ? Deux hippopotames mâles dans une même rivière ?* pour reprendre Massa Manka Diabaté⁴⁰¹. Ensuite il y avait des divergences idéologiques entre les deux hommes. Dia faisait prévaloir la rigueur socialiste et semblait montrer une certaine préférence au modèle soviétique de l'URSS au détriment de la France. Ses orientations idéologiques n'étaient pas du goût du commerce privé français, des traitants sénégalais, des milieux coutumiers et maraboutiques. Senghor quant à lui avait des vues politiques plus modérées, plus respectueuses des « *féodalités politiques, religieuses, et économiques* » C. Coulon. Last but not least, Senghor préférait de loin le modèle de la France à celui de l'URSS. Quand les deux hommes ont compris que l'affrontement était inéluctable, chacun s'est mis à la quête de soutiens dans les milieux intellectuels, politiques, économiques et surtout maraboutiques. Profitant du voyage de Senghor en France pour ses vacances d'été, Dia fit le tour des foyers religieux, en opération de charme dans le but de se concilier les khalifes généraux. Il alla même jusqu'à promettre au Khalife des tidjanes de convoquer, après la saison des pluies, une assemblée des dignitaires de toutes les confréries afin de discuter du rôle et de la place de l'islam dans le développement du Sénégal. On est bien loin de la déclaration faite par le Président du Conseil en octobre 1958, dont voici un extrait : « *l'UPS demeure plus que jamais un parti de gauche, un parti socialiste. Il n'est pas question de livrer le parti aux forces conservatrices et rétrogrades.* »⁴⁰² Ce revirement s'explique par le fait que Dia a plus que jamais besoin du soutien des marabouts s'il espère sortir indemne de ces épreuves. Lorsque Senghor revient au pays, il se rend immédiatement à Touba et réussit à décrocher le soutien précieux du khalife El Hadji

⁴⁰⁰ C Coulon, op.cit. p 219

⁴⁰¹ Griot, historien et écrivain né en 1938 à Kita au Mali et mort en 1988 à Bamako.

⁴⁰² Cf. Dakar-Matin 7 octobre 1958.

Falilou Mbacké. Mamadou Dia appelait à la solidarité et à l'unité des musulmans, mais les marabouts semblaient plus sensibles au discours de Senghor qui, leurs parlait d'économie et qui les rassurait quant à la préservation de leurs intérêts. Lorsqu'après le vote de la motion de censure par 40 députés, Dia et quelques de ses collaborateurs furent arrêtés, aucun marabout n'a élevé la voix pour plaider sa cause. Certains ont d'ailleurs réaffirmé publiquement leur soutien et dévouement au Président Senghor. Abdoul Aziz Sy, marabout et ami du vaincu s'emmure dans un silence. Ce conflit illustre parfaitement la permanence du facteur maraboutique dans la vie politique du Sénégal. Mamadou Dia éliminé du jeu politique, le poste de Président du Conseil supprimé, Senghor, désormais seul maître à bord, fait de l'UPS un parti unique, un parti Etat. C'est une nouvelle page de l'histoire politique du Sénégal qui s'ouvre. L'Etat-UPS et la classe maraboutique étaient devenus complémentaires, ils ont pu, grâce à un ensemble de pratiques, codifier les relations entre le pouvoir politique et le pouvoir religieux au Sénégal. Le schéma qui a prévalu dans les rapports entre l'administration coloniale et l'élite maraboutique sera reconduit. Mais cette collaboration sera quelque peu différente dans la mesure où, contrairement aux autorités coloniales, les nouvelles autorités politiques sont des sénégalais profondément ancrés dans leurs valeurs religieuses et culturelles. Cette dimension des liens religieux et culturels qui unissent les détenteurs du pouvoir politique et les marabouts revêt une grande importance. En effet, comme l'écrit Aristide R. Zolberg, cité par Coulon : « *La plupart des leaders africains, ceux des partis au pouvoir comme ceux de l'opposition, gardent solidement un pied dans leurs traditions, spécialement dans le domaine très personnel de l'occulte.* »⁴⁰³ Au Sénégal, la plupart des hommes politiques, comme la masse, sont des croyants, ils revendiquent leur appartenance une religion, à une confrérie et acceptent volontiers l'autorité morale du Khalife général ou de l'évêque. De là, s'est développée une culture politique sénégalaise, qu'on ne retrouve qu'au Sénégal. Pour mieux en rendre compte, nous nous proposons d'analyser les rapports entre les Présidents de la République et certains khalifes généraux.

Les relations entre le Président de la République Léopold Sédar Senghor et le khalife général des mourides El Hadji Falilou Mbacké étaient empreintes de cordialité et de respect réciproque. Bien qu'étant chrétien, Senghor vouait au guide religieux une profonde estime et lui a toujours manifesté une grande sollicitude. Ce dernier, en retour, a toujours soutenu l'enfant de Joal financièrement et surtout mystiquement, durant toute sa carrière politique. Pour mieux saisir le caractère multidimensionnel du lien entre les deux personnalités, nous

⁴⁰³ C. Coulon, op.cit. p 231

allons citer quelques extraits d'un témoignage fait par El Hadji Mouhammed Lamine Bara Mbacké (fils de Serigne Falilou) à l'occasion du décès de l'homme politique. En effet, Senghor arriva à Touba pour la première fois solliciter les prières et le soutien de Serigne Falilou à sa candidature au poste de député à l'assemblée nationale française alors que financièrement, politiquement et culturellement, tout lui semblait défavorable. *« Mais devant El Hadj Falilou MBACKE, entouré des siens, sur la place publique de TOUBA, et sans que rien ne lui fut demandé, il se tourna face à la mosquée, leva la main droite et jura que, s'il était élu, il aiderait El Hadj Falilou MBACKÉ pour la reprise et l'achèvement de la construction de la Mosquée de TOUBA. Comblé, et prenant l'assistance médusée à témoin, El Hadj Falilou MBACKE dit alors : "Ça y est, il a enlevé le morceau", c'est -à- dire il était élu, il a remporté d'avance le siège de député qu'il convoitait. Ce "il a enlevé le morceau" a accompagné Senghor depuis, ne l'a plus quitté, et lui a permis d'enlever tous les "morceaux" électoraux qu'il a eu à convoiter tout au long de sa fabuleuse carrière, que ce soit au Sénégal, en Afrique, ou dans le reste du monde. Senghor respecta scrupuleusement son serment et la Mosquée de TOUBA, construite pierre par pierre, par la sueur et le labeur des mourides, avec Senghor à leur côté, fut inaugurée le 7 juin 1963 par El Hadj Falilou MBACKÉ, en présence de Léopold Sédar Senghor. (...) Le plus grand mérite de Senghor, sa chance exceptionnelle, c'était d'avoir décelé très tôt, avant les autres hommes politiques de son temps, la puissance spirituelle inouïe d'El Hadj Falilou MBACKE et s'être dès lors blotti sous son aile protectrice. Dès leur première rencontre, il se confia à lui et fit de lui son père. Ce dernier l'adopta comme fils. L'expression "mon père El Hadj Falilou MBACKE", devenue dès lors son leitmotiv au cours de ses multiples campagnes électorales, et qu'il a fait retentir jusque dans les hameaux les plus reculés du pays, a contribué, indéniablement, à son succès auprès des masses rurales. (...) Au lendemain de sa, première élection à la présidence de la république, El Hadj Falilou MBACKE avait dit à Senghor, textuellement : "Vous resterez au pouvoir tant que vous voudrez ; vous le quitterez quand vous voudrez ; vous le remettrez à qui vous voudrez. Et durant tout votre magistère, vous ne serez victime ni de coup d'état, ni d'assassinat, ni de destitution".*

Qui eût osé faire une telle prédiction à un chef d'état nouvellement élu, dans nos contrées, en ce dernier demi-siècle mouvementé ? Cette assurance tous risques, donnée à un homme politique, en ce domaine aussi instable que celui des sables mouvants de la politique, El Hadj Falilou MBACKÉ l'a réitérée publiquement plusieurs fois, à chaque fois qu'il en avait

l'occasion. »⁴⁰⁴ Et l'histoire donne raison au saint homme. Mais au-delà des services que les deux hommes ont pu se rendre, force est de constater que la première institution politique du pays et le khalifat de la plus puissante confrérie musulmane entretenaient des relations, à la limite, fusionnelles et qui ne laissaient place à aucun quiproquo. Cependant, à la mort du guide mouride, les rapports entre son successeur et le Président Senghor étaient moins cordiaux mais toujours empreints de respect mutuel et de reconnaissance de l'autorité de l'autre.

Abou Diouf arrive au pouvoir après la démission du Président Senghor. Contrairement aux critiques qu'il avait faites dans son mémoire (rappelées plus haut), Diouf se montra très respectueux et avenant à l'égard des guides religieux. Il eut toujours une oreille attentive pour Serigne Abdoul Aziz Sy, khalife général des Tidjanes, surtout quand le pays traversait des crises. Mais Abdou Diouf, à l'image de son prédécesseur, a su imprimer une relation de père à fils avec Serigne Abdoul Ahad Mbacké, successeur de Serigne Falilou. Le marabout fut le premier soutien politique du Président. C'est ainsi que lors des élections présidentielles de 1988, le patriarche de Touba appela clairement ses disciples à voter pour le candidat Diouf, allant jusqu'à déclarer publiquement que : « *Celui qui ne votera pas Diouf a trahit Serigne Touba.* » Et le Président lui aussi de déclarer publiquement : « *Je viens d'avoir un père digne de ce nom.* » Cette relation « père-fils » va durer jusqu'au rappel à Dieu du saint homme. Ses successeurs, Serigne Abdou Khadre et Serigne Saliou Mbacké avaient préféré maintenir une certaine distance avec le pouvoir de Diouf.

La présidence d'Abdoulaye Wade fut un cas d'école dans les rapports entre pouvoir politique et pouvoir religieux. Pour la première fois dans l'histoire politique du Sénégal, un Président de la République revendique publiquement son statut de talibé et agit toujours et en tout lieu comme tel, en présence de Serigne Saliou Mbacké. Dès le lendemain de son élection, Wade se rend à Touba pour remercier le Khalife d'avoir prié pour sa victoire. Arrivé chez le saint homme, le Président élu, enlève son bonnet et se prosterne devant son guide. Du jamais au Sénégal, et la presse ne manqua pas de commenter abondamment cet acte hautement symbolique. Comme l'atteste, du reste, cette déclaration de Me Madické Niang « *C'est le premier chef de l'Etat, après sa victoire en 2000, à se décoiffer devant Serigne Saliou et à enlever ses chaussures.* »⁴⁰⁵ D'autres, commentant cet acte diront : « *la République couchée* ». Wade consultait systématiquement Serigne Saliou sur les grandes questions nationales et

⁴⁰⁴ <http://www.htcom.sn/serigne-fallou-mbacke-et-senghor.html>, consulté le 01/06/2022.

⁴⁰⁵ <https://lequotidien.sn/magal-de-lancien-president-wade-descend-tout-bas-je-souhaite-que-le-successeur-de-macky-soit-un-mouride/>, consulté le 01/06/2022.

internationales. Et en tant que fidèle talibé, il s'est toujours appliqué à réaliser les vœux de son guide. L'autorité du saint homme s'exerçait carrément sur Wade. Autrement dit, il n'est pas excessif d'affirmer que sous Wade, l'autorité du pouvoir religieux influençait notablement le pouvoir politique. A la mort du vénéré Serigne Saliou, le Président Wade devint orphelin de son guide et de son soutien. Bien que l'illustre défunt n'ait jamais eu à donner des consignes de vote explicites en faveur de Wade, les multiples marques d'amour et d'attention qu'il manifestait sans cesse à l'endroit de son « talibé-Président » constituaient un gage du vote mouride. Battu aux élections de 2012, Abdoulaye Wade ne cesse, encore aujourd'hui, de revendiquer son appartenance à la communauté mouride à chaque fois que l'occasion lui en est donnée.

Le tombeur de Wade, le Président Macky Sall est plus mesuré dans ses rapports avec Touba et avec les autres capitales religieuses. Ayant accompagné son prédécesseur plusieurs fois, en tant que membre du gouvernement, lors de ses visites aux familles religieuses, Macky connaît parfaitement l'importance de ces dernières dans la vie politique sénégalaise. Cependant, il s'applique à éviter l'erreur de son ex mentor, qui était de revendiquer carrément son appartenance à une confrérie, au risque de frustrer les autres. Pour avoir la faveur des khalifes généraux, le Président Sall a mis en œuvre le programme de modernisation des villes religieuses. Sur le site de la présidence de la République nous pouvons lire : « *Dans le cadre du programme de modernisation des cités religieuses, plusieurs infrastructures seront concernées. L'ambition du Président de la République est de procéder à la modernisation de l'ensemble des cités religieuses du pays.*

Tous les foyers recevront ainsi, en temps voulu, le soutien de l'Etat, afin de faciliter l'accueil et l'hébergement de leurs hôtes et fidèles. »⁴⁰⁶ A ce jour des villes comme Tivaouane, Touba, Thiénaba, Médina Gounasse, etc. ont reçu d'importants investissements en termes d'infrastructures, d'assainissement et de rénovation des lieux de culte.

A l'instar de son prédécesseur, Macky Sall se rend toujours à Touba recueillir les prières du Khalife avant de démarrer sa campagne électorale. Aussi, il prend toujours la peine de consulter les principaux khalifes sur certaines questions nationales et internationales. Les khalifes, en retour, ne tarissent d'éloges à son endroit pour tous les services rendus.

Comme nous pouvons le constater, l'autorité morale des guides religieux, particulièrement celle des khalifes généraux est reconnue et acceptée par la classe politique et par les populations de manière générale. Ce qui fait d'eux des médiateurs de premier plan dans les

⁴⁰⁶ https://www.presidence.sn/actualites/quelles-sont-les-cites-religieuses-rehabilitees-en-priorite-_1806, consulté le 01/06/2022.

crises politiques qui ont secoué le pays. A titre d'exemple, nous pouvons évoquer la réconciliation entre le Président Abdoulaye Wade et son successeur le Président Macky Sall sous l'égide du Khalife des mourides dans l'enceinte de la mosquée Massalikoul Djinane, lors de son inauguration. Les deux personnalités politiques se sont retrouvées quelques jours après au palais présidentiel, scellant ainsi leur retrouvaille. Dans un article consacré à la géopolitique du Sénégal, les auteurs G. F. Dumont et S. Kanté écrivent : « *Les confréries musulmanes du pays apparaissent comme des « régulateurs sociaux » mais aussi politiques, et leur rôle dans la géopolitique interne du pays s'est accru depuis l'indépendance. Leurs dignitaires, très écoutés par les disciples, interviennent souvent dans le champ politique, soit pour apaiser les tensions entre les hommes politiques, soit pour donner un mot d'ordre en faveur d'un homme politique ou pour régler une situation critique. Du Président Senghor au Président Wade, en passant par le Président Diouf, les chefs d'Etat sénégalais ont tous joué la carte des confréries pour mieux asseoir leur légitimité ou pour bénéficier de leur soutien. Les confréries entretiennent et confortent des relations spécifiques avec l'Etat. L'attachement des populations à leurs marabouts, qui détiennent un pouvoir de décision fort sur leurs fidèles, a favorisé cette situation. L'État sénégalais s'est consolidé en les utilisant pour renforcer sa légitimité et, en retour, leur octroie des avantages* »⁴⁰⁷ Ces thèses ici avancées peuvent être illustrées par un certain nombre d'exemples. Le Khalife Abdoul Aziz Sy s'est toujours adressé au peuple sénégalais lorsque celui-ci se trouvait dans la tourmente, en apaisant les mœurs et en renvoyant chacun à ses responsabilités. Serigne Saliou Mbacké était toujours le premier sénégalais à déboursier de fortes sommes d'argent pour venir en aide aux populations confrontées à des catastrophes. Le 23 juin 2011, alors que le Sénégal était au bord du précipice, Serigne Sidy Mactar Mbacké envoie son porte-parole auprès du Président Wade pour lui demander de désamorcer la crise. De même, après la publication de la liste des candidats autorisés à participer aux élections de 2012 par le Conseil Constitutionnel, l'opposition qui contestait la candidature de Wade s'est vue enjoindre par le Khalife des mourides de respecter la décision rendue par les sages et d'aller battre campagne. Le candidat Macky Sall fut le premier à se plier à la volonté du marabout. Au mois de mars 2021, au plus fort de la crise politico-judiciaire relative à l'affaire Ousmane Sonko-Adjia Sarr, le Collectif des Religieux pour la Sauvegarde de la Paix Civile a entamé des médiations qui ont beaucoup contribué à pacifier l'espace politique. Le khalife des mourides Serigne Mountakha Mbacké s'était particulièrement investi dans la recherche de la paix civile en demandant au

⁴⁰⁷ Gérard-François Dumont, Seydou Kanté. LE SÉNÉGAL : UNE GÉOPOLITIQUE EXCEPTIONNELLE EN AFRIQUE [Sénégal : a unique political geography in Africa]. Géostratégiques, 2009,

mouvement d'opposition le Mouvement pour la défense de la démocratie (M2D) de sursoir à ses manifestations et de le laisser prendre en charge leurs revendications.

Les confréries sont des soupapes de sécurité qui ont permis au Sénégal d'être ce havre de paix et de stabilité politique. La culture politique sénégalaise pourrait se définir à l'aune des interactions entre pouvoir politique et pouvoir religieux. Le Sénégal est le seul pays au monde où tous les hommes politiques, ou presque, ont eu à solliciter les khalifes généraux des confréries pour des prières et/ou un soutien électoral afin d'accéder et de se maintenir au pouvoir. Ce qui fait que les deux pouvoirs (politique et religieux), au-delà des services qu'ils se rendent mutuellement, sont liés par des liens mystiques et occultes qu'on ne s'aurait occulter.

L'église joue aussi sa partition dans la consolidation de la paix civile et la promotion du dialogue interconfessionnel. Monseigneur Hyacinthe Thiandoum et Abbé Jacques Seck sont des icônes du dialogue islamo-chrétien. Malgré des épisodes assez tendus dans ses relations avec le pouvoir politique en 1968, en 2004 et en 2009, l'Église sénégalaise est toujours prompte à délivrer un message de foi pour calmer les cœurs et faire prévaloir la raison.

CONCLUSION.

Les acteurs politiques sénégalais ont jusqu'à présent su allier institutions républicaines et institutions traditionnelles pour maintenir la stabilité du pays. A côté des organes de régulation de la vie politique et sociale mises en place par les autorités politiques, existent des instances de médiation qui existent bien avant l'avènement de la République. Elles constituent le dernier rempart face aux multiples crises qui ont secoué le Sénégal.

CONCLUSION GÉNÉRALE.

La communication politique est un espace où interagissent différents acteurs. D'après D. Wolton, ces acteurs sont : les politiques, les médias et l'opinion publique. Cependant, nous nous sommes rendus compte qu'au Sénégal, en plus de ces acteurs, les marabouts, les chefs traditionnels et coutumiers et les griots prennent activement part aux interactions dans l'espace politique.

Les rapports entre pouvoir politique et médias sont ambivalents. Ils peuvent constituer un duo au service de la démocratie et du peuple ou se livrer à un duel sans merci quand il y a divergence de positions. Toujours est-il que leurs interactions donnent naissance à un processus dénommé : la médiatisation de la vie politique. C'est une vérité de La Palice d'affirmer que l'irruption des médias dans le champ politique a considérablement modifié les pratiques, impacté le travail des gouvernants et influencé la perception des gouvernés sur l'action gouvernementale. P. Aldrin et N. Hubé nous rapportent les séquences de cette interaction ou « *âges de la communication politique* » telles que définies par J. Blumler dans « *the Fourth Age of communication* », *politique de communication*, 6, 2006. La première phase : « *est caractérisée par une subordination de la communication aux institutions politiques et aux croyances politiques, où les partis et les responsables politiques avaient un accès privilégié aux médias.* »⁴⁰⁸ Ces derniers étant peu nombreux et constitués essentiellement de la presse écrite et de la radio se cantonnaient à une mission de sensibilisation du public par la médiation. L'arrivée de la télévision à partir des années 1960 va marquer le début de la deuxième phase des interactions entre la communication et la politique. La politique domine toujours ces relations profitant du nombre assez faible de chaînes de télévision, même si on note une plus grande professionnalisation des journalistes. Le troisième âge qui démarre entre les années 1980 et 1990 est marqué par une indépendance des médias et l'émergence de médias puissants. Le nombre de chaînes de télévision s'est multiplié à un rythme exponentiel, changeant du coup les rapports de force. Désormais la communication ne s'adapte plus à la politique, c'est plutôt l'inverse. Concernant le quatrième âge, P. Aldrin et N. Hubé écrivent : « *Certains auteurs affirment que nous serions entrés dans un quatrième âge* » avant d'ajouter plus loin « *...cette dernière étape marque un franchissement d'un nouveau seuil avec la généralisation de l'adaptation à la logique médiatique commerciale, tant au sein des entreprises journalistiques que dans l'activité politique. Avec un effet retard, la prédiction de Jürgen Habermas d'une colonisation du monde vécu par les médias aurait ainsi trouvé à se*

⁴⁰⁸ Philippe Aldrin et Nicolas Hubé, op.cit. p 88

réaliser. Internet renforce et accélère ce phénomène. »⁴⁰⁹ Le moins que l'on puisse dire est que J. Habermas était un visionnaire pour ne pas dire un médium, la communication influence tous les processus sociaux, elle est présente au début, pendant et à la fin de toutes les activités et dans tous les domaines (économique, culturel, sportif, militaire, politique, etc.). La communication a acquis une importance de premier plan, et cela se traduit par une professionnalisation poussée dans ce domaine, par l'accès à l'information, et par plus de possibilités pour les citoyens de contrôler le travail gouvernemental et de donner au besoin leur avis.

La médiatisation impacte incontestablement l'action des gouvernants. Michel Rocard ancien ministre de l'agriculture de la France estime à 70% le temps qu'un responsable en fonction consacre à la communication. Se sachant surveillé, épié par les médias et partant par l'opinion publique, le pouvoir politique est confronté à des contraintes de trois ordres : maintenir sa popularité, aller vite tout en respectant les principes de gestion, et prendre des mesures impopulaires jugées nécessaires. Son désir de popularité, notamment en préparation des élections à venir, le pousse à opter pour des programmes et réalisations à court terme et à effet immédiat. C'est sans doute tout le sens qu'il faut donner à cette célèbre citation de James Freeman Clarke : « *Un politicien pense à la prochaine élection. L'homme d'Etat, à la prochaine génération* ». Au Sénégal on a vu des hommes politiques inaugurer des chantiers inachevés en période de pré-campagne électorale. On a encore en mémoire l'atterrissage poussiéreux et risqué de l'avion du Président Wade sur la piste inachevée de l'aéroport international de Diass en 2012, ou encore le Président Macky SALL à bord du TER avec son épouse et quelques officiels en 2019, alors que le chantier est ce jour (7 août 2021) en cours de réalisation. Cette obsession des politiciens à égrener un chapelet de réalisations lors des campagnes électorales les incite à passer outre les règles élémentaires de gestion. La fin justifiant les moyens.

La médiatisation affecte également le recrutement du personnel politique⁴¹⁰. Qui mieux que les médias est capable de propulser un Homme (nouveau) au-devant de la scène politique ? Dans le contexte africain, le journal panafricain *Jeune Afrique* s'est révélé efficace pour booster la carrière politique de beaucoup d'hommes et de femmes. Le revers de la médaille est que cette pratique ouvre la porte à la corruption. L'intégrité des médias est une condition sine qua non à une participation transparente et équitable de tous les citoyens au processus politique. Ils doivent avoir en ligne de mire leur objectif qui est d'informer juste et vrai.

⁴⁰⁹ Ibidem.

⁴¹⁰ Gerstle Jacques, op.cit.

Quid des effets des médias sur l'opinion et le comportement politique ?

Il est indéniable que les médias jouent un rôle extrêmement important dans la formation de l'opinion. Cependant, leur influence dans le choix des électeurs reste discutable. Si l'école de Columbia avance la théorie des « *effets limités* » des médias, préférant privilégier les relations interpersonnelles dans la formulation du choix de l'électeur, celle de Michigan est d'avis que l'électeur vote en fonction de son appartenance à un bord politique.

Au Sénégal, ces deux dernières décennies montrent que les sénégalais votent de façon cohérente et logique. Avant de tenter d'expliquer le comportement des électeurs sénégalais, il faut préciser que ces derniers, depuis l'entrée en vigueur code électoral ou code Kéba Mbaye, sont conscients qu'avec leur carte d'électeur, ils ont le pouvoir de mettre ou de démettre un régime. L'histoire récente montre que les sénégalais votent, soit pour donner un deuxième mandat ou une seconde chance au régime en place, soit pour sanctionner des dérives (autoritaires, économiques, financières) et éventuellement pour s'opposer à un troisième mandat. Le premier postulat s'est vérifié en 2007 et en 2019. Les sénégalais ont reconduit le régime sortant et lui ont donné la victoire à toutes les élections. Le deuxième postulat ne s'est pour le moment vérifié qu'en 2012, et à un an des élections présidentielles, les perspectives semblent sombres pour le régime en place. Les dernières élections législatives tenues le 31 juillet 2022 ont vu l'opposition parlementaire devancer d'une voix la majorité à l'Hémicycle. C'est grâce à des jeux d'alliance et à la position de neutralité de certains députés que le pouvoir a pu s'octroyer une majorité absolue de 83 sièges sur 165. Ces élections peuvent-elles être interprétées comme un coup de semonce en direction de la présidentielle de 2024 ? nous donnons notre langue au chat. Nous pouvons cependant affirmer que l'opinion dans une grande majorité est défavorable à une troisième candidature du président Macky SALL. Certains avancent la sacralité de la parole donnée (l'intéressé a plusieurs fois déclaré publiquement qu'il n'avait pas l'intention de briguer un troisième mandat), d'autres, surtout les intellectuels, invoquent l'article 27 de la constitution⁴¹¹, qui selon eux, interdit au président de se représenter. En outre, les nombreux scandales de détournement de deniers publics révélés par les corps de contrôle de l'Etat et la gestion du pouvoir clanique et népotique ont fini de mettre les sénégalais dans une posture hostile au régime. Ce qui nous permet d'affirmer qu'en 2024, il y a une forte probabilité de vote sanction contre le pouvoir de Macky SALL. Car comme on le dit souvent au Sénégal, les sénégalais n'élisent pas, mais ils

⁴¹¹ « Article 27. - La durée du mandat du Président de la République est de cinq ans. Nul ne peut exercer plus de deux mandats consécutifs ». Loi constitutionnelle n° 2016-10 du 05 avril 2016 portant révision de la Constitution.

révoquent. Ce fut le cas avec Wade en 2012. Et la conséquence de cette volonté de révocation des autorités en place est que le pouvoir peut échoir entre les mains de n'importe quel candidat de l'opposition.

La part ou l'influence des médias privés dans le vote des sénégalais est qu'ils mettent sous le feu des projecteurs les scandales et autres dérives du régime, contribuant ainsi à forger l'opinion des électeurs.

Il nous paraît aussi important de souligner qu'une bonne frange des électeurs sénégalais vote selon des critères ethniques et régionalistes. Par exemple, le président SALL est assuré du vote halpoular au Nord du pays, tandis que son principal opposant Ousmane Sonko bénéficie du vote des groupes ethniques du Sud du Sénégal.

Ce débat concernant l'influence des médias sur le comportement électoral est loin d'être épuisé. Nous invitons les sociologues, les psychologues, les politistes et les spécialistes des comportements humains à enrichir la réflexion dans ce domaine. Le professeur Cheikh Ahmadou Bamba Diagne a déjà montré la voie en publiant un ouvrage intitulé : *comment votent les sénégalais ?*

Le Sénégal, qui nous sert de cas pratique dans le cadre de cette recherche, est un pays connu pour sa stabilité politique et sa longue tradition démocratique. Nous avons analysé les interactions entre les différents acteurs qui composent l'espace politique. Et la conclusion à laquelle nous sommes arrivés est qu'il existe bien une **culture politique sénégalaise**. En effet au Sénégal, en plus des institutions républicaines chargées d'arbitrer les compétitions électorales et de réguler la vie politique et sociale, il existe des leviers culturels et religieux de médiation. Le dialogue politique est érigé en instrument de gouvernance.

Le Président Léopold Sédar Senghor, était un homme de culture et de dialogue. Il a posé les jalons de ce qui est aujourd'hui devenu la nation sénégalaise. Et c'est justement, pour sauvegarder l'unité de cette nation qu'il a pendant plus d'une dizaine d'années imposé le monopartisme et le monolithisme médiatique. Car selon lui, la jeune république sénégalaise était assez frêle, pas suffisamment mûre pour se lancer dans le multipartisme intégral et le pluralisme médiatique. Malgré toutes les crises politiques et sociales qui ont secoué le pays dans les années 60 et 70, Senghor a su trouver les équilibres nécessaires pour faire revenir la paix et la stabilité. Après vingt ans de règne, il cède le pouvoir à son dauphin constitutionnel, Abdou Diouf, avant même la fin de son mandat. Ce fut un acte inédit à l'époque.

Le Président Abdou Diouf, dès sa prise fonction lance un appel au "*sursaut national*" pour relever le pays touché durement par la sécheresse et un marasme économique sans précédent. Il demande au sénégalais de tous bords de se réunir autour de sa personne pour relever

ensemble les défis qui se posent. Abdou Diouf a toujours privilégié le dialogue pour résoudre les problèmes. Le professeur Assane Seck écrit : « *C'est cela qui explique que les initiatives hardies du Président Abdou Diouf, jusqu'à la veille de son départ, aient souvent abouti à des consensus des acteurs politiques et de la société civile...* »⁴¹² Dans son message de nouvel an délivré le 31 décembre 1990, le Président déclare: «(...) *Mais l'approfondissement de la démocratie demande de la persévérance, et croyez bien que je n'en manque pas dans la poursuite de cette exigence vitale pour notre pays et son développement. La volonté des pouvoirs publics d'améliorer sans relâche les garanties du pluralisme se traduira d'ailleurs, dans les prochains jours, par la création du Haut Conseil de la Radio-Télévision pour le libre accès des partis politiques aux médias audiovisuels.*

Cette volonté se traduira également par une série de concertation entre les partis politiques, élargies à des chercheurs indépendants et à des praticiens du droit sur certains aspects controversés de notre code électoral, en vue de trouver le maximum de points de convergence entre les acteurs du jeu politique sénégalais.

Enfin un effort sera déployé pour parfaire les listes électorales dont les élections municipales et rurales ont montré certaines insuffisances, notamment, dans les radiations.

*Mais la démocratie, c'est aussi une administration plus respectueuse des citoyens. »*⁴¹³ Peu de temps après, la commission nationale de réforme du code électoral est sur pied, composée de juristes connus et des 14 délégués de partis politiques sous la présidence du juge Kéba Mbaye. « *Après trois mois de travail, en juillet 1991, la commission remit au Président de la République un texte consensuel, à la grande satisfaction des sénégalais.* »⁴¹⁴ Le Président, à la réception du document prononça sa phrase, restée célèbre : « *Je ne changerai même pas une virgule* » et remit le texte à l'assemblée qui l'adopta le 20 septembre 1991.

Après les troubles post électoraux de 1993 marqués par l'assassinat du juge constitutionnel Me Babacar Sèye, le Président décide de convier cinq partis d'opposition, à savoir le PDS, la LD/MPT, le PIT, le RND, et le PDS/Rénovation à siéger au conseil des ministres dans le cadre d'un gouvernement de majorité élargie. En 1995, l'opposition quitte le gouvernement pour se lancer dans la préparation des élections territoriales de 1996. Hélas, ces élections furent encore émaillées d'innombrables dysfonctionnements. Ce qui amène un collectif de 19 partis d'opposition à saisir le Président de la République d'une lettre demandant la mise en place d'une Commission électorale nationale indépendante (CENI). Après plusieurs semaines

⁴¹² Pr Assane Seck, *Sénégal Émergence d'une démocratie moderne 1945-2005*, Karthala, 2005.

⁴¹³ *Le Soleil* du 02 janvier 1991.

⁴¹⁴ Pr Assane Seck, *op.cit.* p 203

de réflexions le chef de l'Etat adresse une lettre notifiant à l'opposition ses décisions, dont nous proposons un extrait : « *Au terme de ces consultations et d'une réflexion approfondie que j'ai menée pour tenir compte des préoccupations exprimées par tous les membres de la concertation et renforcer notre système démocratique, j'ai pris les décisions suivantes :*

- *création d'une structure indépendante chargée de la supervision et du contrôle des élections, dénommée "Observatoire National des Elections." (ONEL)... »* ⁴¹⁵ Le projet de loi portant création de l'ONEL fut adopté par l'Assemblée nationale le 28 août 1997. Le 20 mars 2000 alors que les tendances lourdes sorties des bureaux de vote donnaient la victoire au candidat de l'opposition, le Président sortant appelle Abdoulaye Wade pour le féliciter de sa victoire. Par cet acte inédit dans le continent, Abdou Diouf venait encore une fois de sauver la démocratie sénégalaise.

Le Président Abdoulaye Wade arrive au pouvoir à la faveur d'une alternance démocratique saluée à travers le monde. Il fait voter une nouvelle constitution qui renforce les libertés politiques, publiques et individuelles. Pour renforcer la transparence et la régularité du processus électoral, Me Wade dissout l'ONEL et met en place le Comité électoral national autonome (CENA). Sous le régime de Wade, on a noté une explosion médiatique, la liberté de la presse est consacrée malgré des incidents qu'on a pu répertoriés. Même si ses relations avec son opposition étaient très tendues, Wade a lancé plusieurs fois des appels au dialogue restés sans suite. A la veille des élections présidentielles de 2012, alors que l'opposition réclamait la nomination d'une personnalité neutre pour organiser les élections, Wade dessaisit son ministre de l'intérieur de l'organisation des élections pour la confier à un haut cadre de l'administration. Le Président Wade ne fera moins que le Président Diouf. Le 25 mars 2012, s'appuyant sur les premiers résultats issus des urnes, le Président sortant appelle son challenger, Macky Sall pour le féliciter de sa victoire. Le Sénégal venait, encore une fois de plus, d'administrer une belle leçon de démocratie et de maturité politique à l'ensemble du continent africain.

Le Président Macky Sall va encore aller plus loin dans la tradition du dialogue politique instauré par ses prédécesseurs. Le 28 mai 2019, il convoque un dialogue national en conviant toutes les forces vives de la nation. « *Le dialogue national initié par le Président de la République sera lancé le mardi 28 Mai 2019. Expression de la volonté du Chef de l'Etat, le Dialogue national constitue une exigence démocratique qui engage les différentes composantes de notre société.*

⁴¹⁵ Ibidem. p 205

Dans ce cadre, le Chef de l'Etat souhaite le choix d'une personnalité indépendante et consensuelle pour diriger le processus du dialogue national. Dans le même esprit, le Chef de l'Etat exprime sa disposition à mettre en œuvre les consensus issus de cet exercice important dans la poursuite de la modernisation de notre modèle démocratique. »⁴¹⁶ Communiqué signé par Mahmoud Saleh, Ministre d'Etat, Directeur de Cabinet politique du Président de la République, le 23 mai 2019. A la suite du succès noté lors de ces consultations nationales, le Président prit la décision d'instituer la journée du 28 mai, journée du dialogue national.

Le Sénégal est une démocratie qui traîne encore beaucoup de lacunes. Des opposants sont emprisonnés, d'autres exilés, d'autres encore se voient retirés le droit de participer à une élection. Le pouvoir est accusé d'instrumentaliser la justice pour éliminer ses opposants. L'opposition de son côté, se montre de plus en plus radicale et défie publiquement le pouvoir par des appels à l'insurrection. Le discours politique, du côté du pouvoir comme du côté de l'opposition, est fait d'insultes et d'insanités. L'insolence et l'indécence ont pris la place des discours programmatiques. Quand on donne la parole à "l'insulteur public" Assane Diouf dans un meeting pour lui demander sournement d'insulter le camp d'en face et qu'au même moment on entend Ahmed S. Camara, membre de l'APR, appelant publiquement à tuer Ousmane Sonko, on se dit que la démocratie sénégalaise est malade et qu'elle a besoin d'une bonne cure de jouvence. Toutes les parties prenantes à la vie politique sont responsables de cette situation déplorable. Les politiques, au lieu de s'opposer par la force des arguments, s'opposent par les arguments de la force. Ils s'invectivent et appellent à des « mortal combat ». Les médias qui jouent un rôle de premier plan dans l'espace politique sont tout aussi responsables de cette situation chaotique. Certains journalistes prennent carrément fait et cause pour des politiciens et s'adonnent à un traitement tendancieux de sujets brûlants. Les relations entre pouvoir politique et presse privée deviennent de plus en plus tendues. Les organisations de la société civile jouent désormais aux claires obscures, elles ne prennent plus position pour le respect des lois et règlements mais appellent plutôt à des compromissions. Certaines, comme Y'en a marre, ont perdu toute crédibilité devant l'opinion depuis les ennuis judiciaires de certains de ses membres. Les marabouts, grands régulateurs sociaux, s'emmurent dans un silence assourdissant. Les réseaux sociaux sont devenus la foire aux insultes et menaces de toutes sortes entre deux camps opposés.

A la veille de chaque élection, le pays est sous haute tension, les contestations fusent de partout, la psychose gagne une bonne partie de la population. Beaucoup de citoyens ont

⁴¹⁶ https://www.presidence.sn/actualites/le-dialogue-national_1642, consulté le 07/06/2022.

malheureusement perdu la vie dans des confrontations entre pouvoir et opposition. La démocratie sénégalaise prend des rides et il devient urgent de rétablir le dialogue entre acteurs politiques pour sauver le modèle démocratique sénégalais.

Malgré les nombreuses secousses qui l'ont fait vaciller, les dérives autoritaires qui l'ont fait douter, la démocratie sénégalaise a pu, grâce à la communication politique, trouver les ressources nécessaires pour renaitre de ses cendres, tel un phénix.

Vu l'importance de la communication politique dans la stabilité du pays, nous recommandons la création d'un master éponyme dans les facultés de sociologie, de communication, de droit et de sciences politiques. En effet, La communication politique est un domaine d'étude important dans le monde académique, car elle permet de mieux comprendre les mécanismes de la communication dans le contexte de la vie politique. Les chercheurs en communication politique s'intéressent notamment aux stratégies de communication des politiques, aux discours politiques, aux effets de la communication sur l'opinion publique et aux rapports entre médias et politique.

L'importance académique de la communication politique réside dans le fait qu'elle permet de mieux comprendre les enjeux de la démocratie et de la vie publique, ainsi que les dynamiques de pouvoir qui traversent la communication politique. Les études en communication politique permettent de mieux comprendre comment les citoyens reçoivent et interprètent les messages politiques, comment les décideurs construisent leur image et leur discours, comment les médias influencent l'agenda politique, et comment les citoyens peuvent participer au débat public.

En outre, la communication politique est un domaine en constante évolution, notamment avec l'avènement des nouveaux médias et des technologies numériques. Les chercheurs en communication politique ont ainsi un rôle important à jouer dans l'analyse et la compréhension de ces évolutions, et dans la réflexion sur les implications politiques et sociales des transformations technologiques en cours.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages.

- ABELES Marc, Rituels et communication politique moderne, in Hermès (IV), Le nouvel espace public, Editions du CNRS. 1989 ;
- ALBOUY Serge, Marketing et communication politique, 2^ditions de l'Harmatan, 1994 ;
- ALDRIN Philippe (Auteur) HUBE Nicolas (Auteur), Introduction à la communication politique, Paru le 15 septembre 2017 Manuel (broché) ;
- Annie Lenoble-BART et de Annie Chéneau-LOQUAY, Les médias africains à l'heure du numérique, in Les cahiers de NETSUDS, N° 5, Septembre 2010, p 127-128.
- ARENDT Hannah : Qu'est-ce que l'autorité in La crise de la culture Gallimard, Coll. Idées, 1972 (p. 122)
- BALANDIER G. Anthropologie politique, Paris, PUF, 1967, p 44
- BALANDIER Georges, Le pouvoir sur scènes, Baland, 1992 ;
- BARRY Moustapha, Histoire des médias au Sénégal. De la colonisation à nos jours, L'Harmattan, 2013 ;
- BARRY, Moustapha, Histoire des médias au Sénégal. De la colonisation à nos jours, L'Harmattan, 2013.
- BOURDIEU Pierre, La Domination masculine, Paris, Seuil, 1998, p 41.
- BRAUD Philippe, « Du pouvoir en général au pouvoir politique », chapitre VI, in M. Grawitz et J. Leca, Traité de science politique, Paris, PUF, 1985
- BRAUD Philippe, L'émotion en politique, Presse de science Po, 1996 ;
- CALAME Pierre, La démocratie en miette, Pour une révolution de la gouvernance, Descarte & Cie, 25 avril 2003, 331 p.
- CHAGNOLLAUD, Dominique, Introduction à la science politique, Ed. 8, Dalloz, 2018
- CHARAUDEAU Patrick, Le discours politique : les masques du pouvoir. - Paris : Vuibert, 2005. - 255 p ;
- CISS Gorgui, Mathias Éric Owona NGUINI, Pablo STEFANONI, Jean-Bosco TALLA, L'Impératif des Alliances en Démocratie, Presses universitaires d'Afrique, 2013, 97 pages ;
- CISSE Général Lamine, Carnets secrets d'une alternance : un soldat au cœur de la démocratie, Editions GIDEPPE, Paris, 2001.
- COTTERET Jean-Marie, Gouverner, c'est paraître. - Paris : PUF, 2002. - 185 p ;
- COULIBALY A. L. Wade, un opposant au pouvoir. L'alternance piégée ? Dakar, Les éditions Sentinelles, 2003.

COULIBALY, Abdou Latif, *Le Sénégal sous Macky Sall. De la vision à l'ambition. Les réalisations à mi-mandat*, Paris, L'Harmattan, 2015.

COULON, Christian *Le Marabout et le Prince (Islam et pouvoir au Sénégal)*, A. PEDONE, 1981.

CVETEK Nina et Friedel DAIBER, *Qu'est-ce que la société civile ?* octobre 2009.

D'ANGELO Sebastiano, *Politique et marabouts au Sénégal : 1854-2012*, Academia, 2013.

DANSOU Adolphe, *La communication politique sénégalaise après l'alternance de 2000*, Revue URED n° 17, janvier 2019 ;

DELPORTE, Christian. « Image, politique et communication sous la Cinquième République », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. no 72, no. 4, 2001.

DERVILLE Grégory – *Les pouvoirs des médias : mythes et réalités*, Puf, 2005 ;

DESTERBECQ Joëlle, *La peopolisation politique Analyse en Belgique France et Grande Bretagne*, De Boeck Supérieur, 2015, 208p ;

DIAKHITE Kadialy, *Promesses et désespoirs d'un service public, La Radiodiffusion Télévision Sénégalaise*, L'Harmattan 2013

DIENG Moda. « La Contribution Des Jeunes à l'alternance Politique Au Sénégal : Le Rôle de Bul Faale et de Y'en a Marre. » *African Sociological Review / Revue Africaine de Sociologie*, vol. 19, no. 2,

DIOH Tidiane – *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Karthala, 2009 ;

DIOP Alioune B , *Le Sénégal, une démocratie du phénix ?* CREPOS-KARTHALA, 2009, p 299-300

DIOP Alioune Badara, *Sénégal : les mouvements sociaux sous l'alternance*, ALTERNATIVES SUD, VOL. 17-2010 / 139.

DIOP Momar Coumba, *Le Sénégal à l'heure de l'information, Technologie et société*, Karthala, 2003

DIOP Momar Coumba, *Sénégal, trajectoire d'un Etat*, Karthala 1992.

DIOP Ndiassé, *Approche pragmatique du discours Wolof*, Editions Universitaires Européennes, 2018

DIOP, Alioune Badara, *Le Sénégal, une démocratie du phénix ?* Paris, Karthala, 2009 ;

DIOP, Momar Coumba. « Le Sénégal à la croisée des chemins », *Politique africaine*, vol. 104, no. 4, 2006

DIOP, Momar-Coumba dir. *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade : le sopi à l'épreuve du pouvoir*. Paris, Karthala, 2013

DRUCKER-Brown Suzan. Funérailles et intronisation d'un roi Mamprusi. In: Journal des africanistes, 1988, tome 58, fascicule 1

DUVERGER Maurice, Les partis politiques, Seuil, 1992, 563 p

E. DURKHEIM, les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie, Paris, PUF, 2008.

FALL Alioune, Macky Sall la réponse par l'action, Harmattan Sénégal, 2019, p198.

FALL Karim, Pouvoirs et Médias au Sénégal et Ailleurs, L'Harmattan, 2014

FALL Ngagne Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril, L'Harmattan, 2019, 102p.

FAYE Mor, Médias d'État et Alternance Politique au Sénégal : une Étude de la Télévision Nationale Sénégalaise sous le Président Abdoulaye Wade (2000-2012), Akofena, n° 002 Vol 1.

GERSTLE Jacques, la publicité politique Quelques enseignements de l'expérience américaine, CNRS Éditions / « Hermès, La Revue » 1989/1 n° 4.

GERSTLE, Jacques, Christophe PIAR, La Communication politique, Paris, A. Colin, coll. U Science politique, 2016, 256 pages ;

GERSTLE, Jacques, La communication politique, PUF, 1993, p 127

GRACHEV M.N. Communication politique : concepts théoriques, modèles, vecteurs de développement : Monographie. - Moscou : Prométhée, 2004. - 328 p.

GUEYE Issa – Médias sous contrôle. Liberté et responsabilité des journalistes au Sénégal, l'Harmattan, 2006 ;

HANNAH Arendt : Qu'est-ce que l'autorité in La crise de la culture Gallimard, Coll. Idées, 1972 (p. 122)

HASSAN II, La mémoire d'un roi : entretiens avec Éric Laurent, Paris, Plon, 1993.

HAVARD Jean-François, de la victoire du « sopi » à la tentation du « nopi » ? « Gouvernement de l'alternance » et liberté d'expression des médias au Sénégal, Karthala / « Politique africaine » 2004/4 N° 96.

HERMET, Guy, Badie, Bertrand, Birnbaum, Pierre, Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques, Armand Colin, Ed 7, 2010.

HESSELING Gerti, Histoire politique du Sénégal, Institutions, droit et société, Karthala et ASC 1985.

JIMENEZ, Aude, Survie d'une radio communautaire sénégalaise : Le cas de Manoore FM à Dakar, L'Harmattan, 2019

JONES Alexei, Société civile et participation au développement : Le cas du Sénégal, L'Harmattan, 2020

KASSELER Sascha, DIAGNE, M. Anna, MEYER Christian, Communication wolof et société sénégalaise, héritage et création, Paris, L'Harmattan, 2011.

KASSELER, Sascha, Diagne, M. Anna, Meyer, Christian, Communication wolof et société sénégalaise, héritage et création, Paris, L'Harmattan, 2011 ;

Les médias africains à l'heure du numérique, sous la direction de Annie Lenoble-BART et de Annie Chéneau-LOQUAY, in Les cahiers de NETSUDS, N° 5, Septembre 2010, p 127-128.

LEYMARIE, Isabelle, Les griots wolof du Sénégal, Paris, Maisonneuve et Larose, 1999 ;

LOUM, Ndiaga. « Les médias sous Abdoulaye Wade : Entre contrôle et défiance », in le Sénégal sous Abdoulaye Wade, Karthala, 2013.

LOUM, Ndiaga. Les médias et l'Etat au Sénégal. L'impossible autonomie. Paris, L'Harmattan, 2003, 265p

M.-C. DIOP (dir.), Le Sénégal contemporain, Paris, Karthala, 2002

M.-S. FRÈRE, Presse et démocratie en Afrique francophone. Les mots et les maux de la transition au Bénin et au Niger, Paris : Karthala, 2000.

MAAREK Philippe, Communication et marketing de l'homme politique. - 3e éd. - Paris : Litec, 2007. - 466p ;

MAKRY. H2020) « Comprendre Le Marketing Politique : Théories, Concepts et Stratégie », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Numéro 3 : Volume 3 »

MARX & ENGELS, L'Ideologie allemande, Paris, Éditions sociales, 1976 p. 44

MBENGUE Moustapha, Les griots du Sénégal, de l'arbre à palabre au petit écran : analyse des pratiques info-communicationnelles des « communicateurs traditionnels », Paru dans « l'Esthétique de la parole, sous la direction de Babacar Mbaye Diop, Presses universitaires de Dakar, 2020.

M'BOW Amadou Mahatir (Sous la direction de), Assises nationales, Sénégal, An 50. Bilan et perspectives de refondation, Paris, L'Harmattan, 2012.

MORIBA Magassouba, l'islam au Sénégal, Demain les mollahs ? KARTHALA, 1985.

NEVEU Erik, Sociologie du journalisme. La Découverte, « Repères », 2013, 128 pages.

NIANG CAMARA F.B., 2014. Dynamique des langues locales et de la langue française au Sénégal, 2014, Actes du XVIIe colloque international de l'AIDELF sur Démographie et politiques sociales, Ouagadougou, novembre 2012

NIANG Madické, Sénégal. Affaire Maître Seye : Les pièges de l'acharnement, Le Cherche Midi, Paris, 2006.

NICOLAS Loïc N et BUIDIN Baptiste (coordonnateurs), Les émotions en discours Un outil de la communication politique, L' Harmattan, N°7 / Jan-Jun 2020 ;

NZOUANKEU Jacques Mariel, Les partis politiques sénégalais, Clair Afrique, 1984.

O'BRIEN, DONALD Cruise, DIOP, Momar Coumba, La construction de l'Etat au Sénégal, Paris, Karthala, 2002 ;

O'BRIEN Donal Cruise, DIOP Momar-Coumba, Mamadou DIOUF, La construction de l'Etat du Sénégal, Karthala 2002

PASQUIER Roger. Les débuts de la presse au Sénégal. In : Cahiers d'études africaines, vol. 2, n°7, 1962

PAYE Moussa – La presse et le pouvoir, in : « Sénégal. Trajectoire d'un État, Dakar, Codesria, 1992

QUESNOT F : l'évolution du tijnisme sénégalais, mémoire C.H.E.A.M., 1958, dactyl.

RIUTORT Philippe, Sociologie de la communication politique, Collection : Repères, Éditeur : La Découverte, Année : 2013, Pages : 128

ROLAND Cayrol, CHARON Jean-Marie, Médias, opinions et présidentielles, INA éditions, 2012-182 pages ;

SAUVY Alfred, L'opinion publique, PUF, 1977.

SCHWARTZENBERG Roger Gérard, L'État spectacle. Essai sur et contre la star système en politique, Paris, Flammarion, 1977.

SECK Sagar, Machiavel et la communication politique, L'Harmattan, 2019 ;

SIDIBE Doudou, Démocratie et alternance politique au Sénégal, L'Harmattan, 2006.

SILLA Ibrahima, communiquer en politique, L'art de coudre et d'en découdre, Editions des trois Fleuves, 2011 ;

SOUARÉ Issiaka K, Les partis politiques de l'opposition en Afrique, NENA, 2020, p 309

SOUARE, Issiaka K., Les partis politiques de l'opposition en Afrique : La quête du pouvoir, Presses de l'Université de Montréal, PUM, 2017.

SY Seydou Madani, Les régimes politiques sénégalais de l'indépendance à l'alternance politique 1960-2002, Karthala et Crepos, 2009.

TAUREG Martin et WITTMANN Frank, dir. Entre tradition orale et nouvelles technologies : où vont les mass médias au Sénégal ? Dakar, ENDA, 2004,

THIAM Guila, Ouverture médiatique, pluralisme et audiovisuel, Ajustement au Sénégal, du monopole au numérique, L' Harmattan, 2015.

TINE Antoine, Le Sénégal, sous Senghor et Diouf, une démocratie buissonnière ? Une critique du pluralisme des partis politiques Harmattan Sénégal, 2017, 288p

TRAORÉ Bakary, L'évolution des partis politiques au Sénégal depuis 1946, in Forces politiques en Afrique noire, Paris, PUF, 1966

WADE Me Abdoulaye – Une vie pour l'Afrique. Entretien avec Jean-Marc Kalflèche et Gilles Delafon, éditions Michel Lafon, Paris, 2008.

WEBER Max, La politique comme profession et vocation, Paris, La Découverte, 2003, p 118

WITTMANN, Frank. « La presse écrite sénégalaise et ses dérives : Précarité, informalité, illégalité ». Politique africaine, no. 101, 2006.

WOLTON Dominique - Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ? Cnrs, 2003 ;

WOLTON Dominique « Les contradictions de l'espace public médiatisé », Hermès N° 10, Ed. du C.N.R.S., 1991

WOLTON Dominique, Penser la communication, Editions, Flammarion, 1990 ;

ZUCCARELLI François, La vie politique sénégalaise, Tome II, 1940-1988, Paris, Cahiers d'Études sur l'Afrique et l'Asie Modernes, 1988

Mémoires et thèses

BAH, Souleymane, « La presse satirique en Afrique », Thèse de doctorat, Lyon 2, 2004 ;

DIA, Saïdou, « De la TSF coloniale à l'ORTS : évolution de la place et du rôle de la radiodiffusion au Sénégal, 1911-1986 », Thèse de doctorat sous la direction d'André-Jean Tudesq, Bordeaux 3, 1987 ;

DUMONT Gérard-François, Seydou KANTE. LE SÉNÉGAL : UNE GÉOPOLITIQUE EXCEPTIONNELLE EN AFRIQUE [Sénégal : a unique political geography in Africa]. Géostratégiques, 2009

FALL Ngagne, Thèse de doctorat, « Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal », 2021.

GUIGNARD Thomas – Internet au Sénégal : Une émergence paradoxale, Dea, sciences de l'Information et de la communication, Université Charles de Gaulle, Lille 3 ;

Jean-Philippe Sauvé, Mémoire : La culture des griots face à la modernisation : représentations de l'évolution de leur musique et de leur rôle social à Saint-Louis du Sénégal, Avril 2007.

LO Abdou, Première alternance politique au Sénégal en 2000 : regard sur la démocratie sénégalaise, DEA Sociologie Politique, Université Paris1-Patheon-Sorbonne Septembre 2001.

SAUVE Jean-Philippe, Mémoire : La culture des griots face à la modernisation : représentations de l'évolution de leur musique et de leur rôle social à Saint-Louis du Sénégal, Avril 2007

SOW Moustapha. Médias et pouvoirs politiques au Sénégal : étude de la transition d'une presse d'État vers un pluralisme médiatique. Sciences de l'information et de la communication. Université de Lorraine, 2016. Français. ffNNT : 2016LORR0308ff ;

AUTRES SOURCES DE DOCUMENTATION

Me Abdoulaye Wade – Une vie pour l'Afrique. Entretien avec Jean-Marc Kalflèche et Gilles Delafon, éditions Michel Lafon, Paris, 2008.

The House of Cards, série américaine sur la politique.

WEBOGRAPHIE.

Afrikinfos: www.afrikinfos.com

APS: www.aps.sn

Cairn: www.cairn.info

Charlie Hebdo: www.charliehebdo.fr

Cnra : www.cnra.sn

Courier international: www.courrierinternational.com

Dakaractu : www.dakaractu.com

Diasporas: www.diasporas.fr

Filinfo : www.fil-info-france.com

geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/societe-civile-1

<http://africultures.com/personnes/?no=21712>

<http://journals.openedition.org>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Radio_communautaire

<https://goreeinstitut.org>

<https://justice.sec.gouv.sn/pouvoir-judiciaire/cour-supreme/>

<https://larevuedesmedias.ina.fr/les-radios-internationales-en-afrique>, consulté le 15/04/2022

<https://www.cena.sn/pages/creation.html>

<https://www.ofnac.sn/>

<https://www.sec.gouv.sn/symbolique-nationale>

IGFM: www.igfm.sn

Jeune Afrique : www.jeuneafrique.com

Le Monde : www.lemonde.fr

Le quotidien : www.lequotidien.sn

Le Soleil : www.lesoleil.sn

Leral : www.leral.net

Libération : www.liberation.fr

RFI : www.rfi.fr

Senenews : www.senenews.com

Seneweb : www.seneweb.com

Sud quotidien : www.sudquotidien.sn

Voir sur <https://citations.ouest-france.fr/citation-jean-jacques-rousseau/fort-jamais-assez-fort-etre-18610.html>

Walfadjri : www.walfnet.com

Week end Magazine: www.weekend.sn

www.erudit.or

www.institut-gouvernance.org

www.plateforme-ane.sn

Xalima : www.xalimasn.com

Xibaaru : www.xibaaru.com

TABLE DES MATIERES

LISTE DES ABREVIATIONS.....	v
SOMMAIRE	vii
INTRODUCTION	1
A/ Contexte.....	1
B/ Définition des termes.	3
C/Intérêt du sujet.....	17
D/PROBLÉMATIQUE.....	19
E/Genèse et développement de la communication politique.....	20
1. Naissance de la communication politique.....	20
2. Développement de la communication politique aux États Unis.	21
3. Naissance et développement de la communication politique en France.....	22
4. Naissance et développement de la communication politique au Sénégal.....	25
F/Méthodes de recherche.....	26
PREMIERE PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : TECHNIQUES ET PRATIQUES.....	28
TITRE I : LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.....	28
CHAPITRE I : LA COMMUNICATION, MOYEN DE LEGITIMATION DU POUVOIR POLITIQUE.	29
Section I : Les mises en scène ou la théâtralisation du pouvoir politique.	29
A : les mises en scène du pouvoir monarchique.....	41
B Les mises en scène du pouvoir dans une république démocratique.....	44
1. La prestation de serment.	45
2. L'installation par le Conseil Constitutionnel.....	45
Section II : La légitimation du pouvoir politique au Sénégal post-colonial.	49
CHAPITRE II : LA MEDIATISATION DE LA VIE POLITIQUE AU SENEGAL (1856 A 2000).....	69
Section I : La presse écrite dans le processus de médiatisation de la vie politique au Sénégal.....	69
Section II : L'audiovisuel dans l'espace politique sénégalais.	83
1. Les interactions entre pouvoir politique et radio au Sénégal.....	84
2. La télévision et la médiatisation de la vie politique au Sénégal.....	89
CHAPITRE III : MARKETING POLITIQUE ET SONDAGES D'OPINION, PUBLICITE POLITIQUE ET PROPAGANDE.....	95
Section I : Le marketing politique et les sondages d'opinion.	95
A- Le marketing politique.....	95

B- L'opinion publique et les sondages.	101
a. L'opinion publique.	101
b. Les sondages d'opinion.	107
Section II : La publicité politique et la propagande.	113
A. La publicité politique.	113
B. La propagande	117
CHAPITRE IV : LES RESEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION POLITIQUE.	123
Section I: Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat et TikTok.	123
A : Facebook.	123
B : Twitter.	126
C : YouTube, Instagram, Snapchat et TikTok.	130
Section II : L'utilisation des réseaux sociaux par les politiques.	134
CONCLUSION.	144
TITRE II : LES PRATIQUES DE COMMUNICATION POLITIQUE.	145
CHAPITRE I : LA COMMUNICATION POLITIQUE ET L'EXERCICE DU POUVOIR. ...	146
Section I : La communication présidentielle.	146
Section II : La communication gouvernementale.	157
CHAPITRE III : LA PARTICIPATION ET L'EXPRESSION POLITIQUE AU SENEGAL. 168	
Section I : La Société civile sénégalaise.	168
Section II : Émergence et dynamisme des mouvements sociaux à partir de l'an 2000.	175
CONCLUSION.	181
DEUXIEME PARTIE : LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL : RECETTE D'UNE DEMOCRATIE AFRICAINE.	183
TITRE I : LES MEDIAS A L'EPREUVE DES POUVOIRS DE L'ALTERNANCE	183
CHAPITRE I : LES RAPPORTS ENTRE POUVOIR POLITIQUE ET MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT ABDOULAYE WADE.	185
Section : I- Les médias privés et le régime de Wade : de l'idylle au désamour.	185
Section : II- Les médias du secteur public sous Abdoulaye Wade : un projet de réformes mortes.	202
CHAPITRE II : LES MEDIAS SOUS LE REGIME DU PRESIDENT MACKY SALL.	213
Section I - La République des journalistes ?	213
Section II- Panorama des médias au Sénégal.	223
CONCLUSION.	235
TITRE II : LES RESSORTS INSTITUTIONNELS, SOCIOCULTURELS ET RELIGIEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.	236
CHAPITRE I : LES LEVIERS INSTITUTIONNELS ET SOCIOCULTURELS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE AU SENEGAL.	237

Section I : Les organismes régulateurs de la vie politique et sociale au Sénégal.	237
D/ La Commission Électorale Nationale Autonome C.E.N.A.....	244
E/ Le Conseil National de Régulation de l’Audiovisuel C.N.R.A.....	247
F/La Cour Suprême.....	251
G/Une autorité administrative indépendante : le Médiateur de la République.....	252
Section II : Les griots, « communicateurs traditionnels » dans l’espace politique sénégalais.....	254
CHAPITRE II : LE POUVOIR RELIGIEUX, ACTEUR DE PREMIER PLAN DANS LE	
PROCESSUS POLITIQUE AU SENEGAL.	265
Section I : Rapports entre pouvoir politique et pouvoir religieux dans la colonie du Sénégal.	
.....	265
Section II : Les marabouts dans la construction et l’évolution politique de la République du	
Sénégal.....	277
CONCLUSION.....	288
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	289
BIBLIOGRAPHIE	297
WEBOGRAPHIE.....	303
TABLE DES MATIERES	305
ANNEXES	1

ANNEXES

**Loi n° 2017-27 du 13 juillet
2017 portant Code de la
Presse JO n°7036 du samedi
19 août 2017**

EXPOSÉ DES MOTIFS

A partir de 2000, une réflexion, a été entamée par des professionnels, pour la réforme de la presse sénégalaise. Depuis 2005, les différents acteurs du secteur de la presse, en rapport avec le Ministère chargé de la Communication, et avec l'implication du Ministère de la Justice et de la société civile, se concertent afin d'évaluer la consistance, la pertinence et l'actualité de la réglementation applicable à la presse, mais aussi sa situation économique et sociale.

Cette démarche intervient dans un contexte de bouleversement du secteur, qui se manifeste par une pluralité de vecteurs de l'information et de la communication (développement considérable de la presse écrite, libéralisation de l'audiovisuel, entraînant la création de plusieurs radios et télévisions privées, et utilisation de l'internet comme moyen de diffusion de l'information au public). Il s'y ajoute le passage de l'analogique au numérique. Toutefois, le contexte est aussi marqué par une multiplication des dérives dans le secteur de la presse, notamment des atteintes aux droits de certains citoyens et des abus dans des émissions d'animation.

Force aussi est de constater que la situation des médias est caractérisée par la disparité (et l'insuffisance) des sources normatives, notamment : la loi n° 92-02 du 06 janvier 1992 portant création de la Société nationale de Radiotélévision sénégalaise, modifiée par la loi n° 2000-07 du 10 janvier 2000 ; la loi n° 92-57 du 03 septembre 1992 relative au pluralisme à la Radiotélévision, modifiée par la loi n° 98-09 du 02 mars 1998 portant création du Haut Conseil de l'Audiovisuel (H.C.A.), qui a été abrogée par la loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (C.N.R.A.) ; enfin, la loi n° 96-04 du 22 février 1996 relative aux organes de communication sociale et aux professions de journaliste et de technicien.

À cette panoplie de textes, s'ajoute la création d'une Autorité administrative indépendante à savoir l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes

(A.R.T.P.), avec l'intervention de textes sur les télécommunications ou relatifs à la protection des données à caractère personnel, à la Société de l'information notamment sur les transactions électroniques, etc.

L'analyse de cet arsenal juridique, lors des concertations entre les acteurs du secteur et le Gouvernement, a conduit à la nécessité de repenser le cadre juridique régissant les médias. Il s'est agi de l'articuler autour de principes, de valeurs, d'objectifs aptes à rationaliser sa conception et sa mise en œuvre, à garantir sa cohérence interne et externe, tout en prenant en charge tous les aspects liés au secteur de la presse.

Dans cette perspective, et sous l'égide du Ministre chargé de la Communication, des assises ont été organisées et ont enregistré la participation de tous les acteurs intervenant dans le secteur.

Les questions abordées au cours de ces rencontres ont porté sur :

- **les ressources humaines** : l'accès à la profession de journaliste et de technicien des médias, la définition de critères rigoureux pour occuper les fonctions de Directeur de publication, des programmes ou de l'information, de Rédacteur en chef, les règles éthiques et déontologiques qui gouvernent l'exercice de l'activité de collecte, de traitement et de diffusion de l'information ;
- **les activités** : la prise en charge et l'organisation des différents types de médias classiques (presse écrite, radio et télévision) incluant, pour la première fois, la presse en ligne, dont un cadre d'existence approprié a été conçu. Mieux, le passage de l'analogique au numérique a élargi le champ, ouvrant des perspectives dans la gestion des ressources numériques nationales avec la manne financière qu'elle peut générer en terme de redevances ;
- **l'environnement de la presse** : la création de l'entreprise de presse, l'aménagement de principes directeurs et de méthodes pour le financement des médias, des règles relatives à la publicité, l'utilisation d'une partie des redevances, comme moyen essentiel de financement de l'audiovisuel public, l'instauration d'une obligation de programme et la promotion de la production audiovisuelle nationale, la modernisation et le renforcement de la régulation de l'audiovisuel et la reconnaissance de l'organe d'autorégulation mis en place pour servir de tribunal des pairs.

L'articulation de l'ensemble de ces aspects a conduit à la rédaction d'un Code de la Presse, regroupant l'essentiel de la réglementation ayant vocation à s'appliquer au secteur de la presse.

Il apparaît ainsi une forte volonté des acteurs d'inscrire l'exercice de leur métier, de manière générale leurs activités, dans un cadre marqué par les principes de compétence pour l'acquisition de la qualité de journaliste et de technicien des médias, d'intégrité, de pérennité de l'instrument juridique et économique d'intervention (l'entreprise de presse), de consistance dans l'élaboration des

programmes, de respect de la vie privée des personnes, de respect des données à caractère personnel, d'autorégulation et de régulation des activités des médias.

Le droit du public à une information plurielle et de qualité, dans le respect du droit à la vie privée, des institutions de la République, de l'ordre public et des bonnes mœurs, occupe une place importante dans le dispositif juridique proposé.

Il en est de même de la protection des mineurs. Le droit d'accès aux sources d'information des professionnels de la presse, la protection de leur personne contre les violences, la protection de leur matériel de travail et de leurs sources d'information ne sont pas en reste.

En définitive, il faut retenir que le présent projet de Code, élaboré de façon inclusive et consensuelle, vise la réalisation des objectifs suivants :

- mettre en place, au bénéfice des acteurs, un cadre juridique cohérent et transparent, garantissant la liberté de la presse et favorisant une concurrence saine et loyale entre les divers opérateurs et répondant à l'évolution technologique, politique et juridique ;
- assurer le financement du secteur public de l'audiovisuel essentiellement par des ressources publiques ;
- favoriser la production et le développement d'informations, de programmes et services de qualité contribuant à l'éducation, à l'épanouissement culturel, scientifique, moral, social et économique des citoyens ;
- renforcer les missions de service public de la presse, en confortant sa vocation généraliste, c'est-à-dire informative, éducative et ludique, en consolidant l'unité de la Nation, tout en favorisant le désenclavement des régions et des localités, ainsi que le développement socio-économique et culturel de la Nation ;
- veiller à l'accès équitable des citoyens, des partis politiques, des organisations de la société civile, des syndicats, des organisations patronales et des divers courants de pensée et d'opinion aux médias ;
- favoriser et renforcer les mécanismes d'autorégulation pour plus de professionnalisme dans le secteur de la presse ;
- organiser une régulation efficace et transparente pour un meilleur respect des lois et règlements, des conventions et des cahiers des charges ;
- promouvoir l'exercice de la liberté de presse et garantir les libertés d'expression, d'opinion et de communication, dans le respect de la dignité de la personne humaine, de la vie privée des citoyens, de la sensibilité des mineurs, des droits des personnes vivant avec un handicap et de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion ;
- promouvoir la créativité artistique, scientifique et technologique, en favorisant la libre circulation de l'information ;

- promouvoir le secteur privé, notamment en favorisant le développement d'entreprises viables et de qualité ;
- encourager le développement de l'industrie de la presse et le rayonnement culturel de la Nation ;
- favoriser la création d'emplois et de nouveaux métiers, directement ou indirectement, liés au secteur de la presse.

Aussi le présent projet de Code comporte-t-il quatre (4) titres :

- le titre premier est relatif aux dispositions générales ;
- le titre II porte sur les dispositions spécifiques aux entreprises de presse à savoir les entreprises de presse écrite, les entreprises de communication audiovisuelle, les entreprises de presse en ligne et les stations de radiodiffusion associative ;
- le titre III traite des sanctions administratives et pénales applicables aux entreprises de presse et aux professionnels de la presse ;
- le titre IV a trait aux dispositions transitoires et finales.

Telle est l'économie du présent projet de Code.

L'Assemblée nationale a adopté, en sa séance du mardi 20 juin 2017, selon la procédure d'urgence,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

TITRE PREMIER.- DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Chapitre premier.- Champ d'application

Article premier.- Les dispositions du présent Code régissent les professionnels des médias ainsi que toutes les activités relatives à la presse écrite, à la communication audiovisuelle et à la presse en ligne exercées sur le territoire sénégalais.

Elles s'appliquent à tous les procédés, modes et formes de presse écrite, de presse en ligne et de communication audiovisuelle, notamment la radio et la télévision numériques, par câble, par satellite ainsi qu'à tous les services de communication audiovisuelle sur IP.

Toutes les entreprises de presse ou de communication audiovisuelle exerçant sur le territoire national doivent se constituer en société de droit sénégalais.

Article 2.- Sont exclues du champ d'application du présent Code, les activités de production cinématographique ou audiovisuelle.

Toutefois, les obligations des éditeurs de services de communication audiovisuelle de contribuer à la production cinématographique ou audiovisuelle et à la diffusion d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, sont définies par les conventions de concession relevant notamment du présent Code.

Chapitre II.- Définitions

Article 3.- Au sens du présent Code, on entend par :

accès conditionnel : dispositif technique permettant, quel que soit le mode de transmission utilisé, de restreindre l'accès à tout ou partie d'un ou plusieurs services de communication audiovisuelle au seul public autorisé à les recevoir ;

acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle : éditeurs de services, opérateur de diffusion et distributeurs de services ;

agent de programme : animateur d'antenne, animateur de programme, et tout animateur, dont l'activité dans l'organe de presse consiste à diffuser des éléments de programme, notamment ceux liés au sport, aux loisirs, à la culture, à l'exception des nouvelles d'informations générales relevant exclusivement des prérogatives du journaliste; ou toute personne titulaire du baccalauréat au moins et justifiant d'une

formation qualifiante sanctionnée par un certificat d'aptitude professionnelle et délivrée par une école reconnue par l'Etat ;

bouquet : ensemble d'éditeurs de services et/ou contenus diffusés et commercialisés par un distributeur de services (câble, satellite, opérateur de télécommunications). Ce bouquet se divise généralement en bouquet de base, qui constitue le premier niveau d'accès aux programmes (reprise notamment en simultanée des services de la TNT), et de services thématiques, de VOD (video on demand ou vidéo à la demande) ou de téléchargement, nécessitant un paiement supplémentaire ;

cahier des charges : document administratif comportant l'énumération des clauses et conditions techniques, administratives et financières auxquelles est subordonnée l'exécution de la licence d'exploitation ;

communication audiovisuelle : toute mise à disposition du public ou de catégorie de public, par un procédé de télécommunications, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature, qui n'ont pas le caractère de correspondance privée. La communication audiovisuelle comprend les services de télévision, les services de radio et les services de médias audiovisuels à la demande. Le Code des Télécommunications désigne la communication audiovisuelle par le terme de radiodiffusion ;

concentration économique : possibilité par une ou plusieurs personnes physiques ou morales d'exercer un contrôle ou une influence déterminante dans le secteur de la presse, par notamment des droits de propriété ou de jouissance sur plusieurs organes de presse (à savoir, presse écrite, communication audiovisuelle ou presse en ligne), ou encore des droits ou des contrats qui confèrent une influence déterminante sur la composition, les délibérations ou les décisions de plusieurs organes de presse ;

convention de concession : accord conclu entre l'organe de régulation de l'audiovisuel et le titulaire d'une licence en vue de fixer l'objet et la durée de la licence, les conditions et les procédures de son renouvellement, de la modification de ses termes et de sa fin ;

droit d'auteur et droits voisins : droits reconnus aux titulaires de droit d'auteur et de droits voisins par la loi n°2008-09 du 25 janvier 2008 sur le droit d'auteur et les droits voisins ;

distributeur de services : personne qui établit avec des éditeurs de contenus et/ou de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de communication audiovisuelle mise à disposition auprès du public par voie électronique (voie hertzienne terrestre, par câble, par satellite ou sur IP).

Est, également, considérée comme distributeur de services, toute personne qui constitue une telle offre en établissant des relations contractuelles avec d'autres

distributeurs, en vue de les mettre à disposition du public dans le cadre de bouquets ;

distributeur de services de télévision mobile personnelle : tout opérateur titulaire de licence de télécommunications au Sénégal en vertu du Code des Télécommunications, exploitant des services de télévision mobile personnelle dans les conditions définies dans le présent Code ;

éditeur de services : personne morale, constituée sous forme de société ou d'association, qui édite un service de communication audiovisuelle, et qui en assume la responsabilité éditoriale. Le service est composé des éléments de programmes que l'éditeur a produits, coproduits ou acquis à titre onéreux ou gratuit ainsi que des services interactifs additionnels et des services enrichis et qu'il met à la disposition du public ou d'une catégorie de public. Les services de médias audiovisuels à la demande dont l'activité principale consiste à mettre à disposition du public des services de communication audiovisuelle (services de vidéo à la demande, télévision et radio de rattrapage) relèvent également de la responsabilité éditoriale de l'éditeur de services. En conséquence de quoi, l'éditeur de services met à disposition du public des services de programmes linéaires et non linéaires ;

éditeur public national : établissement public de l'Etat dénommé Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS) créé par la loi ;

émission : diffusion de sons et/ou d'images et de données, sous forme de programmes aux fins de réception par le public, quel que soit le moyen technologique utilisé ;

entreprise ou organe de presse : entreprises de presse écrite, de communication audiovisuelle et de presse en ligne ;

fréquences radioélectriques ou hertziennes : ondes électromagnétiques se propageant dans l'espace librement, sans guide artificiel ;

fréquence radioélectriques audiovisuelles : fréquences radioélectriques affectés à la communication audiovisuelle par l'autorité de régulation des télécommunications ;

œuvre audiovisuelle : œuvre ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques, journaux et émissions d'information, variétés, jeux, émissions autres que de fiction majoritairement réalisées en plateau, retransmissions sportives, messages publicitaires, télé-achat, autopromotion, services de télétexte ;

œuvre cinématographique : œuvre exploitée en salles de cinéma et qui dispose à cette fin d'un visa d'exploitation délivré par les autorités sénégalaises compétentes ;

œuvre d'expression sénégalaise : toute œuvre audiovisuelle ou cinématographique émise en langue française ou dans une des langues nationales sénégalaises, dont la personne morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la

production est établie au Sénégal et a recours à des compétences majoritairement nationales ;

œuvre d'expression africaine : œuvre audiovisuelle ou cinématographique dont la personne qui prend l'initiative et la responsabilité de la production est établie dans un Etat africain / dans un Etat membre de l'UEMOA ;

information : élément de connaissance, exprimé sous forme écrite, visuelle, sonore, numérique et / ou multimédia, ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, susceptible d'être représenté à l'aide de conventions pour être utilisé, conservé, traité ou communiqué ;

IP : Internet Protocol ou télévision sur internet ;

licence : droit, attribué par voie réglementaire, d'établir et d'exploiter un service de communication audiovisuelle conformément aux dispositions du présent Code, portant approbation d'un cahier des charges et d'une convention de concession ;

mécénat : contribution financière ou matérielle d'une personne morale à vocation commerciale ou non, à la production, la diffusion, au transport ou à la réception d'un programme de communication sociale, sans aucune association avec la personne morale mécène avec le programme de communication diffusé ;

mode analogique : mode de radiodiffusion où chaque canal hertzien de fréquences est utilisé pour transmettre un seul service de programmes ;

mode numérique : mode de radiodiffusion fondé sur la diffusion de signaux de télévision numérique ou de radio numérique par un réseau de réémetteurs hertziens terrestres ;

multiplex : flux numérique transporté par une fréquence et utilisé pour véhiculer un certain nombre de données (services de programmes, services associés, services interactifs, données de signalisation). Le principe du multiplex consiste à répartir les données sur plusieurs porteuses côtes à côtes, en divisant la bande de fréquences allouée ;

mission de service public : délégation confiée par l'Etat aux éditeurs publics ou privés pour exécuter une mission d'intérêt général, sous son contrôle, conformément aux obligations fixées par le présent Code. Cette mission de service public vise à préserver, dans le cadre des programmes diffusés, tant l'intérêt de l'Etat que l'intérêt du public pris en sa qualité de consommateur, de citoyen, et à veiller à l'épanouissement des publics vulnérables ;

opérateur de diffusion : personne morale en charge des opérations techniques de multiplexage, de transmission et de diffusion des signaux de communication audiovisuelle ;

opérateur de télécommunications : personne morale exploitant un réseau de télécommunication ouvert au public ou fournissant au public un service de télécommunications ;

parrainage : contribution d'une personne morale publique ou privée, au financement de programmes ou de services de médias audiovisuels à la demande afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations ;

position dominante : est présumé exercer une telle influence tout opérateur qui détient une part supérieure à vingt-cinq pour cent (25%) du marché concerné – à savoir le marché de la presse écrite, la communication audiovisuelle ou la presse en ligne - ou d'un segment de marché. Il peut être tenu compte également du chiffre d'affaires de l'entreprise de presse par rapport à la taille du marché, de sa capacité effective à influencer sur les conditions du marché, de son contrôle des moyens d'accès à l'utilisateur final ;

presse écrite : ensemble des supports imprimés à vocation d'information destinés au public et produit par des journalistes et techniciens, tel que défini dans le présent Code et ayant une périodicité régulière ;

programme : suite ordonnée d'émissions, identifiées par un générique, un contenu original et une durée, comportant des signes, signaux, écrits, images, sons ou messages de toute nature. Le programme est linéaire ;

programme propre : programme conçu et/ou produit directement par un éditeur de service de communication audiovisuelle. Les programmes faisant l'objet d'une diffusion répétée, ou relevant de la retransmission simultanée ou différée ne sont pas considérés comme des programmes propres ;

publicité : forme de message diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue, soit de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée. Cette définition n'inclut pas les offres directes au public en vue de la vente, de l'achat ou de la location de produits ou en vue de la fourniture de services contre rémunération ;

publicité dissimulée : forme de présentation verbale ou visuelle, de manière explicite ou implicite, de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par l'opérateur de communication audiovisuelle dans un but publicitaire non explicite et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation. Une présentation est considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite contre rémunération ou toute autre forme de paiement ;

redevances : contrepartie financière annuelle versée par le titulaire de la licence au trésor public pour garantir la jouissance des droits découlant de cette autorisation. le montant, les modalités de recouvrement et de répartition sont fixées par arrêté conjoint du ministère en charge de la communication et du Ministère de l'Economie et des Finances, après avis de l'organe de régulation ;

secret-défense : renseignement, objet, document ou procédé qui doit être tenu secret dans l'intérêt de la défense nationale ou dont la connaissance pourrait conduire à la découverte d'un secret de la défense nationale, au sens du Code pénal ;

service de radio : service de communication au public, par voie électronique, destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal, thématique ou généraliste, est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons et des données associées ;

service de radio associative ou communautaire : service de radio à but non lucratif créée et animée par une communauté ou une association sénégalaise, et soumise à un régime spécifique défini par le présent Code ;

service de télévision : service de communication au public, par voie électronique, destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal, thématique ou généraliste, est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons et des données associées ;

service de médias audiovisuels à la demande: service de communication du public par voie électronique linéaire et non linéaire, délivrés à la demande de l'utilisateur. Cette catégorie de service est très extensive, comprenant les services de radio et de télévision de rattrapage, les contenus audiovisuels en ligne et plateformes de partage de vidéos, la VOD, les guides permettant d'accéder aux contenus. Les services de VOD sont délivrés sur la base d'un catalogue de contenus sélectionnés par l'éditeur de contenus ;

secteur privé de l'audiovisuel : ensemble des personnes physiques et morales de droit privé, dénommé dans le présent code éditeur privé de services et/ou de contenus, exerçant pour leur propre compte une activité de communication audiovisuelle à but lucratif ou non ;

secteur public de l'audiovisuel : ensemble des organismes et entreprises financé essentiellement par des ressources publiques, exerçant dans le cadre d'une mission de service public, une activité de communication audiovisuelle. Le secteur public est soumis au respect des principes d'égalité d'accès au service à tous les citoyens dans des conditions raisonnables, de continuité du service et d'adaptation continue aux besoins des usagers ;

service de presse en ligne : service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale, qui a la maîtrise éditoriale

de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale ;

service de radiodiffusion : service de radiocommunication, dont les émissions sont destinées à être reçues directement par le grand public. Ce service peut comprendre des émissions sonores, des émissions de télévision ou d'autres genres d'émission. Au sens du présent Code, le service de radiodiffusion est assimilé au service de communication audiovisuelle ;

service de télévision mobile personnelle (TMP) : possibilité pour les récepteurs d'accéder, en mobilité, à des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre, avec une qualité d'image satisfaisante en zone de couverture. Les terminaux de réception nomades, tels les téléphones portables, doivent être compatibles avec la norme de diffusion retenue ;

simulcast: période transitoire pendant laquelle la diffusion en mode analogique se fait en même temps que la diffusion en mode numérique ;

télé-achat : diffusion d'offres faites directement au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens meubles ou immeubles, de services ou de droits et obligations s'y rapportant. La diffusion de ces offres est exclusivement réservée aux émissions de télé-achat ;

télécommunication : transmission, émission ou réception de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons, de toutes natures par fil, optique, radioélectricité ou autres systèmes électromagnétiques, en application du Code des Télécommunications ;

télédistribution : distribution de services par câble et par satellite, au moyen desquels les signaux reçus ou produits localement sont transmis ou retransmis aux terminaux d'abonnés ;

télévision : médium qui diffuse par voie électronique et numérique des images, des écrits, et des sons, destinés à être reçus simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons ;

télévision numérique terrestre (TNT) : évolution technique en matière de télédiffusion, fondée sur la diffusion de signaux de télévision numérique par un réseau de réémetteurs hertziens terrestres, conformément au plan de l'Accord de Genève 2006, de la conférence régionale de radiocommunication. La TNT se substitue à la télévision en mode analogique à l'issue d'une période transitoire où les programmes sont reçus en simulcast, afin de réduire l'occupation du spectre électromagnétique en raison de l'utilisation de modulation de fréquences plus efficaces.

Chapitre III.- Dispositions relatives aux professionnels de la presse écrite, de la communication audiovisuelle et de la presse en ligne

Section première.- Du statut du journaliste et du technicien des medias

Paragraphe premier.- Du journaliste et du technicien des medias

Article 4.- Est journaliste au sens du présent Code :

- toute personne diplômée d'une école de journalisme reconnue par l'État et dont l'activité principale régulière et rétribuée consiste en la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information ;
- toute personne titulaire d'un diplôme de licence ou équivalent, suivi d'une pratique professionnelle de deux (2) ans dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information au sein d'une entreprise de presse, sanctionnée par une commission de validation des acquis de l'expérience dont les attributions, la composition et le fonctionnement sont fixés par arrêté du Ministre chargé de la Communication.

Est technicien des médias au sens du présent Code :

- tout diplômé d'une école de formation préparant aux métiers d'ingénieur ou de technicien et exerçant ces métiers dans les domaines de l'information et de la communication ;
- toute personne exerçant lesdits métiers, tels que définis dans la convention collective des journalistes et techniciens de la communication sociale.

Paragraphe 2.- Des droits des journalistes et des techniciens des medias

Article 5.- Le journaliste et le technicien des médias ont droit au libre accès à toutes les sources d'information et d'enquêter sans entraves sur tous les faits d'intérêt public, sous réserve du respect du « secret-défense », du secret de l'enquête et de l'instruction et de la réglementation applicable à l'accès à certains sites ou structures.

Article 6.- Le journaliste et le technicien des médias ont le droit de refuser d'accomplir tout acte, et en particulier de refuser d'exprimer une opinion contraire aux règles de leur profession ou à la clause de conscience. Ils ne doivent encourir aucune sanction du fait de leur refus.

Article 7.- Le journaliste et le technicien des médias ont le droit de refuser toute directive et toute subordination contraires à la ligne éditoriale de l'entreprise de presse dans laquelle ils exercent. Cette ligne doit leur être obligatoirement communiquée par écrit avant leur engagement définitif. Elle n'est ni modifiable ni révocable unilatéralement sous peine de rupture de contrat.

Article 8.- Le journaliste et le technicien des médias peuvent bénéficier d'une formation continue et/ou de stages de perfectionnement.

Article 9.- Le journaliste et le technicien des médias ont le droit de bénéficier au moins de conditions de travail garanties par la Convention collective, y compris le droit d'avoir, sans encourir de préjudice personnel, une activité au sein des organisations professionnelles.

Article 10.- Le journaliste et le technicien des médias de nationalité sénégalaise, recrutés par un organe de presse étranger au Sénégal, bénéficient de conditions de travail au moins égales à celles prévues par la Convention collective des journalistes et techniciens de la Communication sociale et du Code du Travail.

Paragraphe 3.- Des devoirs des journalistes et des techniciens des médias

Article 11.- Le journaliste et le technicien des médias doivent collecter et traiter l'information en toute honnêteté et en toute impartialité, dans le respect du droit du public à l'information.

Le journaliste et le technicien des médias ont le devoir de rechercher la vérité, en raison du droit qu'a le public de la connaître et quelles qu'en puissent être les conséquences pour eux-mêmes.

Article 12.- Le journaliste et le technicien des médias doivent défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, notamment la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession.

Article 13.- Le journaliste et le technicien des médias ne doivent pas :

- déformer les faits ;
- publier des informations, des documents, des images et des sons dont l'origine n'est pas connue d'eux ;
- dénaturer un texte, un document, une image et un son, ou l'opinion d'autrui ;
- donner très précisément comme telles les nouvelles non confirmées.

Ils doivent signaler les montages d'images, les montages sonores et les images d'archives.

Article 14.- Le journaliste et le technicien des médias ne doivent pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents ; ne doivent pas manipuler ou faire manipuler des images par des tiers en vue de les falsifier. Ils doivent respecter le droit d'auteur et les droits voisins.

Article 15.- Le journaliste et le technicien des médias ont le devoir de rectifier toute information publiée qui se révèle matériellement inexacte.

Article 16.- Le journaliste et le technicien des médias doivent garder le secret professionnel et protéger leurs sources d'information, sauf en cas de manipulation.

Article 17.- Le journaliste et le technicien des médias doivent respecter la vie privée des personnes.

Constitue une atteinte à la vie privée, la divulgation de l'intimité de la vie privée d'autrui par :

- la captation, l'enregistrement, la conservation, la transmission ou la publication, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées, des images, des photos ou des vidéos à titre privé ou confidentiel ;
- la publication, par quelque moyen que ce soit, de montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne, sans son consentement.

Le journaliste et le technicien des médias doivent s'interdire les accusations anonymes ou gratuites.

Article 18.- Le journaliste et le technicien des médias doivent respecter la dignité humaine ; éviter toute allusion, par le texte, l'image et le son, à l'appartenance ethnique ou nationale d'une personne, à sa religion, à son sexe ou à son orientation sexuelle, ainsi qu'à toute maladie ou handicap d'ordre physique ou mental, qui aurait un caractère discriminatoire et/ou stigmatisant.

Le compte rendu, par le texte, l'image et le son, de la guerre, d'actes terroristes, d'accidents et de catastrophes trouve ses limites dans le respect du « secret-défense », de la souffrance des victimes et/ou des proches, du moral des troupes ou des populations en temps de crise.

Le journaliste et le technicien des médias qui traitent les informations respectent les principes généraux de l'équité exprimés par une attitude loyale envers leurs sources, les personnes dont ils parlent et le public.

Article 19.- Le journaliste et le technicien des médias ne doivent accepter aucun avantage, ni aucune promesse qui pourraient limiter leur indépendance professionnelle ou l'expression de leur propre opinion.

Article 20.- Le journaliste et le technicien des médias doivent s'interdire de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ; de n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs publicitaires ou des services commerciaux.

Article 21.- Le journaliste et le technicien des médias ne doivent accepter de directives que des seuls responsables désignés de leur rédaction, et pour autant que ces directives ne soient pas contraires aux devoirs sus-énoncés.

Section 2.- De la carte nationale de presse

Article 22.- Le journaliste ou le technicien au sens du présent Code a droit à la carte nationale de presse.

Seuls les détenteurs d'une carte nationale de presse peuvent se prévaloir de la qualité de journaliste ou de technicien des médias :

- à l'occasion de l'établissement de tout acte administratif ;
- en vue de bénéficier des dispositions prises en faveur de la presse par les autorités étatiques.

La carte nationale de presse donne à son titulaire un accès libre à tous les lieux et espaces d'événement ou de manifestation publique, où il est susceptible de trouver des informations d'intérêt public ou utiles à la réalisation de sa mission, sous réserve du respect du « secret-défense », du secret de l'enquête et de l'instruction et de la réglementation applicable à l'accès à certains sites ou structures.

Les organisateurs des manifestations publiques prennent les mesures nécessaires qui garantissent la mise en œuvre effective de cette disposition.

Article 23.- Il est institué une commission de la carte nationale de presse seule habilitée à la délivrer, et comprenant huit (8) membres titulaires et huit (8) suppléants ainsi répartis :

- un (1) représentant du Ministère chargé de la Justice ;
- un (1) représentant du Ministère chargé de la Communication ;
- un (1) représentant du Ministère chargé du Travail ;
- un (1) représentant de l'organe de régulation de la chaîne de valeur audiovisuelle;
- un (1) représentant de l'organe d'autorégulation ;
- un (1) représentant de l'organisation patronale de presse la plus représentative ;
- un (1) représentant du syndicat des professionnels des médias le plus représentatif ;
- un (1) représentant de l'association de la presse en ligne la plus représentative.

Les membres de la Commission, proposés par leurs pairs ou leur tutelle, sont nommés par arrêté du Ministre chargé de la Communication.

L'Assemblée nationale, le Haut Conseil des Collectivités territoriales et le Conseil économique social et environnemental désignent chacun un représentant, en qualité d'observateur.

La Commission peut s'adjoindre toute personne ressource en cas de besoin.

La Commission de la carte nationale de presse fait également office de Commission de validation des acquis de l'expérience prévue à l'article 4 du présent Code.

Article 24.- La Commission est présidée par un professionnel des médias au sens du présent Code. Le président et le vice-président de ladite commission sont élus en son sein.

En outre, la Commission établit un règlement intérieur qui précise les modalités de son fonctionnement. Il est approuvé par un arrêté du Ministre chargé de la Communication.

Le secrétariat de la Commission est assuré par le représentant du Ministère chargé de la Communication.

Article 25.- Les membres de la Commission, professionnels des médias, doivent justifier d'une expérience professionnelle de dix (10) ans au moins et jouir de leurs droits civiques et civils.

Article 26.- Les membres suppléants, désignés dans les mêmes conditions que les membres titulaires, peuvent être appelés à suppléer ceux-ci en cas d'absence, de démission, d'empêchement définitif ou de décès entre deux renouvellements.

Article 27.- Le mandat des membres de la commission est de deux ans. Il est renouvelable une seule fois. Le renouvellement se fait au 2/3.

Article 28.- La commission délibère à la majorité de ses membres. En cas de partage égal des voix, celle du président est prépondérante.

Article 29.- Tout postulant à la carte nationale de presse doit jouir de ses droits civiques et civils et fournir un dossier comprenant obligatoirement :

- un quitus délivré par l'organe d'autorégulation ;
- une demande indiquant, entre autres, l'adresse à laquelle le postulant pourra être convoqué ;
- un extrait d'acte de naissance ou une photocopie de la carte nationale d'identité ;
- un extrait de casier judiciaire datant de moins de trois mois ;
- une copie certifiée conforme du diplôme d'une école de journalisme reconnue par l'État ou tout autre document reconnu équivalent par les autorités gouvernementales compétentes ;
- un engagement à tenir la commission informée de tout changement intervenu dans sa situation, et à rendre la carte à la commission, dans le cas où il perdrait la qualité de journaliste ou de technicien des médias au sens du présent Code ;
- trois photos d'identité.

Le postulant peut formuler sa demande et envoyer son dossier en ligne.

Article 30.- La Commission a toute latitude pour vérifier l'exactitude des informations fournies par le postulant.

Article 31.- La Commission délivre la carte à titre personnel au postulant remplissant les conditions fixées par les dispositions du présent Code.

La demande est rejetée lorsque ces conditions ne sont pas réunies ou lorsqu'il apparaît que le postulant a fait l'objet d'un retrait définitif de la carte.

Article 32.- Toute personne, qui aura fait une déclaration totalement ou partiellement inexacte, en vue d'obtenir la délivrance de la carte ou qui, pour acquérir un avantage quelconque, aura fait usage d'une carte frauduleusement obtenue, périmée ou annulée, sera passible des peines prévues par le présent Code.

Article 33.- La carte nationale de presse délivrée par la commission porte la photographie du titulaire, sa signature, l'indication de ses prénoms et nom, sa date et son lieu de naissance, sa nationalité et son domicile. Selon le cas, elle comporte la mention «en activité» ou «en détachement». Elle est revêtue du cachet de la commission et de la signature du président.

Les anciens journalistes professionnels, admis à faire valoir leur droit à une pension de retraite, peuvent, sur demande adressée à la commission de la carte nationale de presse, obtenir une carte de Journaliste honoraire.

En cas de perte de la carte, il est délivré un duplicata dans les conditions et modalités prévues par le règlement intérieur de la commission.

Article 34.- La carte nationale de presse est attribuée pour une durée de trois (3) ans aux journalistes et techniciens des médias. Son renouvellement doit être demandé par l'intéressé au plus tard trois (3) mois avant la date d'expiration.

Cette demande de renouvellement se fera par courrier, avec accusé de réception, adressé au président de la commission.

La liste des journalistes et techniciens des médias est publiée par tout moyen.

Article 35.- Le retrait de la carte nationale de presse est décidé par la commission :

- lorsqu'il est demandé par l'organe d'autorégulation ;
- en cas de violation des conditions de délivrance de la carte nationale de presse ;
- lorsque le journaliste ou de technicien des médias a fait l'objet d'une condamnation pénale assortie d'une interdiction provisoire ou définitive d'exercer la profession de journaliste ou de technicien des médias.

Avant toute décision, l'intéressé est entendu, accompagné, le cas échéant, de son conseil.

Le retrait peut être provisoire ou définitif.

Article 36.- Les décisions de la commission de la carte nationale de presse sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant la Juridiction suprême compétente en matière administrative.

Section 3.- Des dispositions relatives aux agents de programmes

Article 37.- Les agents de programmes définis dans le présent Code et exerçant au sein de l'entreprise de communication audiovisuelle assurent l'animation d'émissions culturelles, culturelles, artistiques et de loisirs, la présentation des programmes ainsi que toutes activités déterminées par les dirigeants de l'entreprise.

Ils ne peuvent exécuter une mission qui fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique.

Article 38.- Les agents de programmes sont qualifiés selon qu'il s'agit d'émissions d'animation moderne ou d'émissions d'animation traditionnelle.

Le profil des agents de programmes est précisé dans la convention des éditeurs de services.

La durée et les tranches horaires qui leur sont allouées sont également régies par ladite convention, compte tenu des intérêts et de la diversité du public.

Article 39.- Les agents de programmes doivent respecter la vie privée, l'ordre public et les bonnes mœurs et contribuer à la protection des mineurs.

Ils doivent être guidés par l'intérêt général et s'abstenir de ternir l'image de la presse.

L'exercice de toute activité d'agent de programmes se fait aussi conformément à la convention souscrite par l'éditeur de services.

Chapitre IV.- Des entreprises de presse

Section première.- Création, statut et typologie

Article 40.- Les entreprises de presse sont créées par des personnes physiques ou morales, conformément aux dispositions prévues par l'Acte uniforme de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA) et régissant les sociétés commerciales et les groupements d'intérêt économique.

L'Etat ainsi que d'autres entités publiques peuvent créer des entreprises de presse sous forme d'entreprises publiques ou parapubliques ou participer au capital.

Toutefois, des stations de services de radios associatives ou communautaires et à but non lucratif peuvent être créées dans les conditions et modalités prévues dans le présent Code.

Article 41.- Les entreprises de presse peuvent avoir un statut public ou privé, dans les conditions et formes prévues par le présent Code et d'autres textes en vigueur.

Les règles relatives à la gestion administrative et comptable dans l'espace de l'OHADA sont applicables aux entreprises de presse sénégalaises.

Les avantages et obligations attachés aux statuts d'entreprise de presses sont précisés par décret.

Article 42.- Il existe trois types d'entreprises de presse:

- l'entreprise de presse écrite ;
- l'entreprise de communication audiovisuelle ;
- l'entreprise de presse en ligne.

Section 2.- Des personnes responsables

Article 43.- Les administrateurs, directeurs de publication, directeurs des programmes, rédacteurs en chef, directeurs de l'information ou personnes assimilées, sont responsables des publications et autres diffusions de toutes sortes dans les conditions et modalités prévues dans le présent Code.

Section 3.- Du droit d'auteur et des droits voisins

Article 44.- Toute exploitation, utilisation ou diffusion d'une œuvre ou objets protégés, par l'une quelconque des entreprises de presse prévues dans le présent Code, se fait conformément à la réglementation en vigueur sur le droit d'auteur et les droits voisins.

Les entreprises de presse, qui utilisent des œuvres ou objets protégés et dont la gestion est confiée à une société de gestion collective, doivent conclure des conventions avec celle-ci.

Les dirigeants et autres responsables des entreprises de presse, ainsi que l'opérateur de diffusion prévu dans le présent Code, sont tenus d'apporter leur collaboration à la Société de gestion pour la perception des droits. Ils doivent notamment mettre à sa disposition toutes les informations et pièces requises.

Section 4.- Financement et soutien aux entreprises de presse

Sous-section première.- Soutien de l'Etat aux entreprises de presse

Paragraphe premier.- Principe

Article 45.- L'État peut consentir aux entreprises de presse écrite, de communication audiovisuelle et de presse en ligne, publiques et privées, des avantages d'ordre économique sous forme de subventions financières directes ou indirectes.

Les avantages économiques ci-dessus et les modalités de leur octroi seront précisés par des dispositions législatives et/ou réglementaires spécifiques.

Paragraphe 2.- Fonds d'Appui et de Développement de la Presse

Article 46.- Il est créé un Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) qui, de manière durable et autonome, a pour mission :

- de soutenir l'entreprise de presse en matière d'investissement (financement de projets de développement ou de modernisation des entreprises de presse) ;
- de servir de garantie pour les prêts bancaires ;
- de soutenir toute initiative en faveur du multimédia ;
- de verser une subvention directe à l'Agence de presse sénégalaise en contrepartie du service fourni aux autres médias ;

- de contribuer au bon fonctionnement de l'organe d'autorégulation ;
- d'aider les entreprises de presse à consolider les emplois ;
- d'appuyer la formation continue des journalistes et techniciens des médias ;
- d'aider les radios associatives ou communautaires (à but non lucratif).

Les modalités d'organisation et de fonctionnement du Fonds sont précisées par décret.

Article 47.- Le FADP tire son financement notamment :

- du reversement de la subvention de l'État destinée à la presse ;
- de l'affectation d'une partie des redevances versées par les éditeurs à l'opérateur de diffusion et de la distribution de contenus et/ou de services ;
- et de toutes autres sources autorisées par les lois et règlements.

Article 48.- Pour pouvoir bénéficier des avantages économiques prévus aux articles précédents, les entreprises de presse doivent remplir les conditions ci-après :

- avoir un réel caractère d'intérêt général quant aux informations et programmes proposés au public dans le respect et la promotion des valeurs et de la diversité culturelles nationales ;
- avoir créé un nombre minimal de cinq (5) emplois permanents ;
- être à jour de leurs obligations administratives, fiscales et sociales ;
- en particulier pour la presse écrite, paraître régulièrement et selon la périodicité déclarée.

Sous-section 2.- Du financement des entreprises de presse

Paragraphe premier.- Les entreprises du secteur public

Article 49.- Les entreprises du secteur public de la presse écrite et de la presse en ligne tirent leur financement des subventions et/ou rémunérations du service public allouées par l'Etat et des recettes publicitaires ou de parrainage.

Article 50.- Les ressources des entreprises publiques de communication audiovisuelle sont constituées :

- d'une part, de ressources publiques :
 - une redevance audiovisuelle, dont les sources et le pourcentage dans la structure de financement, ainsi que les modalités de collecte et de reversement sont précisés par décret ;
 - des dotations budgétaires spéciales pour le financement des gros investissements d'intérêt général, des besoins exceptionnels et des missions particulières ;
 - des ressources provenant de financements obtenus dans le cadre du partenariat et de la coopération internationale ;

- et, d'autre part, de recettes commerciales, tirées notamment de la publicité et du parrainage.

Article 51.- Les entreprises du secteur public de la communication audiovisuelle sont soumises au contrôle de l'État, à travers ses organes de contrôle, conformément aux lois et règlements en vigueur.

Elles doivent retracer, dans une comptabilité distincte, en recettes et en dépenses, les opérations de toute nature, qu'il s'agisse de fonctionnement ou d'investissement, faites au moyen de ressources parafiscales.

Elles doivent établir chaque année, pour ces recettes et ces dépenses, un programme général d'emploi qui est transmis au Ministre chargé du Budget et au Ministre chargé de la Communication.

Paragraphe 2.- Les entreprises du secteur privé

Article 52.- Les entreprises du secteur privé de la presse écrite, de la presse en ligne et de la communication audiovisuelle définissent librement la politique de financement de leurs activités. Elles tirent leur financement, notamment, des recettes publicitaires, du parrainage et des abonnements.

Chapitre V.- Dispositions relatives à l'autorégulation et la régulation des entreprises de presse et des acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle

Section première.- De l'autorégulation

Article 53.- Les professionnels des médias mettent en place un organe d'autorégulation dans le respect de la réglementation en vigueur.

Toutes les entreprises de presse, au sens du présent Code, entrent dans son champ de compétences.

Les modalités d'organisation et de fonctionnement de l'organe d'autorégulation sont fixées dans ses statuts et règlement intérieur.

L'organe d'autorégulation peut recevoir une subvention du FADP. D'autres ressources sont prévues dans ses statuts.

Article 54.- L'organe d'autorégulation est indépendant de toute personne publique ou privée.

Il a pour mission principale de garantir l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias. Les autres missions sont prévues dans ses statuts.

Section 2- De la régulation de l'audiovisuel

Article 55.- La régulation de la chaîne de valeur audiovisuelle est assurée par un organe créé par une loi, qui fixera aussi ses missions ainsi que ses modalités d'organisation et de fonctionnement.

Chapitre VI.- Principes et valeurs

Article 56.- La presse est libre.

Cette liberté s'exerce dans le respect de l'éthique, de la déontologie et des lois et règlements en vigueur.

Article 57.- Les entreprises de presse et de la communication audiovisuelle doivent respecter la vie privée et les bonnes mœurs.

Elles doivent aussi respecter l'ordre public en veillant notamment à ne pas diffuser des programmes ou messages de nature à inciter à la violence ou à la haine.

Article 58.- Les entreprises de presse et de la communication audiovisuelle doivent respecter la réglementation en vigueur relative à la protection des données à caractère personnel.

Article 59.- L'État assure à toute personne vivant sur le territoire national le droit d'être informé, d'accéder aux sources et aux moyens d'information et la liberté d'informer, dans le respect de la loi.

L'État, les collectivités territoriales et toutes les personnes morales de droit public favorisent l'exercice de ces droits et libertés, en particulier aux entreprises de presse.

Article 60.- Les entreprises de presse doivent respecter le principe d'égalité de traitement des usagers. L'accès de ces derniers auxdits services doit être assuré dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires.

Ce principe s'applique également aux services payants pour lesquels les tarifs d'abonnement et d'accès doivent être établis de manière à éviter une discrimination fondée notamment sur la localisation géographique.

Article 61.- L'octroi des licences, dans les conditions prévues par le présent Code, doit se réaliser dans le respect du principe de la neutralité technologique qui consiste à s'abstenir de privilégier de manière injustifiée un type particulier de technologie, la diffusion ou l'accès à certains services de communication audiovisuelle.

Article 62.- La gestion des entreprises de presse s'effectue dans des conditions transparentes. Elles doivent tenir une comptabilité régulière et sincère de leurs

opérations permettant de présenter une synthèse des comptes et états financiers conformément aux règles et aux principes de la comptabilité applicable.

Article 63.- Les entreprises de presse doivent garantir l'accès équitable aux partis politiques, aux organisations socioprofessionnelles et de la société civile.

Elles doivent assurer l'équilibre dans le traitement des informations les concernant.

Elles doivent veiller à la diversité culturelle et ethnolinguistique.

Article 64.- Tout éditeur de service de radio s'identifie par l'annonce de sa dénomination, au moins une fois toutes les quinze (15) minutes, sauf en cas d'impossibilité résultant de la nature des programmes.

Tout éditeur de service de télévision est tenu d'afficher en permanence à l'écran son logo distinctif sans préjudice du droit d'auteur et des droits voisins.

L'auteur d'un article de presse écrite ou en ligne doit être identifié.

Les auteurs, qui remettent des articles non signés ou utilisant un pseudonyme, sont tenus de donner, avant publication de leurs articles, leur véritable nom au directeur de publication.

En cas de poursuites contre l'auteur d'un article non signé ou signé d'un pseudonyme, le directeur de publication, sur demande du Procureur de la République ou du juge régulièrement saisi, fournit à ce dernier la véritable identité de l'auteur.

Article 65.- Les exploitants et professionnels des services de presse sont tenus au respect des règles déontologiques et des normes édictées par les organisations professionnelles dont ils sont membres.

Ces règles portent notamment sur l'honnêteté des informations diffusées, le respect des droits de l'Homme et des libertés individuelles, de l'honneur et des intérêts des citoyens.

En outre, les exploitants et professionnels des services de presse écrite, de communication audiovisuelle et de presse en ligne doivent :

- rechercher à offrir à leurs publics des produits qui soient au service de la promotion des valeurs culturelles nationales, en privilégiant dans leurs productions ce qui est bon, juste, édifiant et digne d'estime dans la vie en société ; être guidés par le droit du public à l'information, à l'éducation et au divertissement ;
- traiter des thèmes qui servent l'intérêt public ;
- s'interdire tout acte de contrefaçon ;
- veiller au respect de la propriété intellectuelle et citer les sources d'informations dont ils font usage ;

- rectifier toute erreur contenue dans une œuvre citée ou toute autre source d'informations, dont elles ne sont pas les auteurs et le cas échéant, présenter des excuses publiques à l'endroit des personnes ayant subi un préjudice de ce fait.

TITRE II.- DISPOSITIONS SPECIFIQUES AUX ENTREPRISES DE PRESSE

Chapitre premier.- Dispositions relatives aux entreprises de presse écrite

Section première.- Des publications nationales

Paragraphe premier.- L'entreprise de presse écrite

Article 66.- Est qualifiée d'entreprise de presse écrite, au sens du présent Code, toute entreprise légalement constituée et ayant pour activité principale l'exploitation d'un ou de plusieurs organes de presse écrite et ayant à son service des journalistes et des techniciens.

Sont considérés comme organes de presse écrite notamment les journaux, dépêches d'agences de presse, revues spécialisées, écrits, magazines, cahiers ou feuilles d'information n'ayant pas un caractère strictement scientifique, artistique, technique ou professionnel et paraissant à intervalles réguliers, à raison d'une fois par trimestre au moins.

Le régime juridique applicable à l'entreprise de presse écrite est fixé par décret.

Article 67.- Ne sont pas assimilables aux organes de presse écrite les publications ci-après :

- les feuilles d'annonces, prospectus, catalogues, almanachs ;
- les ouvrages publiés par livraison et dont la parution embrasse une période limitée, ou qui constituent un complément ou la mise à jour d'ouvrages déjà parus ;
- les publications ayant objet principal la diffusion d'horaires, de programmes, de cotations, de modèles, plans ou devis ;
- les organes de documentation administrative.

Article 68.- L'entreprise de presse écrite doit être enregistrée auprès du Ministère en charge de la Communication dès sa création.

L'enregistrement auprès du Ministère en charge de la Communication peut donner droit à tous les avantages et obligations inhérents au statut d'entreprise de presse écrite.

Un décret précise les avantages et obligations attachés au statut d'entreprise de presse écrite.

Paragraphe 2.- Des propriétaires et du directeur de publication

Article 69.- Toute personne physique ou morale peut créer un organe de presse écrite et en être propriétaire.

Le capital d'une entreprise de presse écrite doit être détenu par une ou plusieurs personnes de nationalité sénégalaises à hauteur de cinquante et un pour cent (51%) au minimum.

Le capital d'une entreprise de presse écrite ne peut être détenu par une personne physique ou morale de nationalité étrangère directement ou indirectement au-delà de vingt pour cent (20%).

Dans le cas de société par actions, les actions doivent être nominatives. Elles ne peuvent être transférées à des tiers qu'avec l'accord de l'instance dirigeante de la société.

Article 70.- Aucune personne physique ou morale ne peut détenir la majorité du capital de plus de trois organes de presse écrite de même nature.

Article 71.- Tout organe de presse écrite doit avoir un directeur de publication, lequel est obligatoirement un journaliste justifiant d'au-moins dix (10) années d'expérience professionnelle.

La fonction de directeur de publication d'un organe de presse écrite est incompatible avec un mandat parlementaire ou une fonction administrative ou gouvernementale.

Article 72.- Le directeur de publication peut déléguer une partie de ses attributions à une personne de son choix, sans qu'il en résulte une exonération des responsabilités pénale et civile afférentes à sa fonction.

Le directeur de publication ou le directeur délégué doit jouir de ses droits civiques et civils.

Article 73.- L'organe de presse écrite dispose également d'un rédacteur en chef qui est un journaliste ayant acquis au moins sept (07) années d'expérience professionnelle.

Article 74.- Le directeur de publication est le responsable de la gestion de l'information de son organe de presse écrite.

Article 75.- Sans préjudice des dispositions des articles 71, 72, 73 et 74 du présent Code, la désignation du directeur de publication des organes de presse écrite s'effectue selon les principes ci-après:

- lorsque le propriétaire est une personne physique, ou lorsque la majorité du capital appartient à une même personne physique, celle-ci peut, soit exercer elle-même la fonction de directeur de publication, soit désigner un directeur de publication ;

- lorsque le propriétaire est une personne morale, le directeur de publication est soit le représentant légal de ladite personne morale, soit une personne physique désignée par son instance dirigeante.

Section 2.- Des publications étrangères

Article 76.- On entend par organe de presse écrite étranger toute publication vendue au Sénégal et dont la déclaration de parution est faite dans un pays autre que le Sénégal.

Article 77.- Les directeurs de publication des organes de presse écrite étrangers doivent déposer deux exemplaires au Ministère chargé de la Justice, deux exemplaires au Ministère chargé de l'Intérieur et deux exemplaires au Ministère en charge de la Communication, au moins quatre heures avant leur diffusion au Sénégal.

Article 78.- La circulation, la diffusion et la mise en vente au Sénégal de journaux et écrits périodiques étrangers peuvent être interdites par décision motivée et conjointe du Ministre chargé de l'Intérieur et du Ministre chargé de la Communication.

Article 79.- Tout organe de presse écrite étranger peut être publié, après accomplissement des formalités prescrites par les articles 80 à 83 du présent Code.

Section 3.- De la déclaration de parution

Article 80.- Avant la publication du premier numéro de tout organe de presse écrite, il est fait au parquet du Procureur de la République du lieu de la publication une déclaration de parution comprenant :

- le titre de l'organe de presse et son mode de publication ;
- les noms et domiciles des propriétaires et du directeur de publication ;
- le nom et l'adresse de l'imprimerie où il doit être imprimé ;
- un extrait de casier judiciaire du directeur de publication datant de moins de trois (3) mois.

Toute modification sera déclarée au parquet du Procureur de la République du lieu de la publication dans les quinze jours qui suivent.

Article 81.- La déclaration de parution est faite par écrit en double exemplaire et signée du directeur de publication.

Section 4.- Du dépôt légal

Article 82.- Avant diffusion ou livraison de chaque publication, il est fait dépôt légal par le directeur de publication ou l'imprimerie de six exemplaires signés par l'un ou l'autre dans les conditions suivantes :

- un (1) au Ministère de l'Intérieur ;
- un (1) au Ministère de la Justice ;
- un (1) au Ministère chargé de la Communication ;
- un (1) au parquet général de la Cour d'Appel de Dakar ;
- un (1) au parquet du Procureur de la République, près le Tribunal de Grande Instance de Dakar ou de son délégué ;
- un (1) aux Archives nationales.

Le directeur de publication envoie également et avant diffusion la version électronique.

Article 83.- Dans le cas de publications paraissant en dehors de la région de Dakar, les dépôts sont effectués auprès du Gouverneur ou du Préfet et du Procureur de la République ou de son délégué avant la diffusion. La version électronique est également envoyée à ces autorités. Les autres dépôts peuvent être faits par voie postale postérieurement à la diffusion.

Section 5.- De la rectification et du droit de réponse

Article 84.- Toute personne physique ou morale dispose d'un droit de rectification si elle estime que ses actes ou propos ont été inexactement rapportés par un organe de presse écrite.

Les rectificatifs doivent être pris en charge dans les mêmes conditions de publication ou de diffusion que celles du message incriminé.

Article 85.- Toute personne physique ou morale dispose d'un droit de réponse dans le cas où des imputations ou allégations susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa considération auraient été diffusées dans un organe de presse écrite.

Le demandeur doit préciser les imputations ou allégations sur lesquelles il souhaite répondre et la teneur de la réponse qu'il se propose d'y apporter.

La réponse doit être prise en charge dans les mêmes conditions de publication ou de diffusion que celles du message contenant l'imputation invoquée.

Article 86.- Le Directeur de publication sera tenu de faire insérer gratuitement, dans les mêmes conditions de publication ou de diffusion que celles du message incriminé, toutes les rectifications qui lui seront adressées par un dépositaire de l'autorité publique, au sujet des actes de sa fonction qui auront été inexactement rapportés par ledit organe de presse écrite.

Toutefois, ces rectifications ne dépasseront pas une fois et demie la longueur de l'article auquel elles répondront.

Article 87.- Le directeur de publication sera tenu d'insérer, dans les trois (3) jours de leur réception, les réponses ou les rectifications de toute personne nommée ou désignée dans l'organe de presse écrite paraissant quotidiennement. En cas de refus, l'organe d'autorégulation peut être saisi par l'intéressé.

Article 88.- En ce qui concerne les organes de presse écrite non quotidiens, le directeur de publication sera tenu d'insérer la réponse dans la prochaine parution de l'organe de presse écrite.

Cette insertion devra être faite à la même place et en mêmes caractères que l'article qui l'aura provoquée, et sans aucune intercalation, non comprises l'adresse, les salutations, les réquisitions d'usage et la signature qui ne seront jamais comptées dans la réponse; celle-ci sera limitée à la longueur de l'article qui l'aura provoquée. Toutefois, elle pourra atteindre cinquante (50) lignes, alors même que cet article serait d'une longueur moindre, et elle ne pourra dépasser deux cents (200) lignes, alors même que cet article serait d'une longueur supérieure.

Les dispositions ci-dessus s'appliquent aux répliques, lorsque le journaliste aura accompagné la réponse de nouveaux commentaires.

La réponse sera toujours gratuite. Le demandeur en insertion ne pourra excéder les limites fixées au paragraphe précédent en offrant de payer le surplus.

Le droit de réponse peut faire l'objet d'un refus d'insertion dans les cas où la réponse met en cause la réputation des intérêts des tiers, porte atteinte à l'honneur du journaliste, auteur de l'article incriminé ou constitue un prétexte à polémique politique ou à un débat d'idées.

Le refus d'insertion justifie une action en insertion devant l'organe d'autorégulation, sans préjudice de l'exercice d'une action devant la juridiction compétente. La décision de l'organe d'autorégulation est assortie d'une astreinte de cent (100) mille francs par jour de retard.

Article 89.- Est assimilé au refus d'insertion, sans préjudice de l'action en dommages-intérêts, le fait de publier une édition spéciale, d'où serait retranchée la réponse que l'organe de presse écrite était tenu de reproduire.

En cas d'action en justice, la décision s'exécute nonobstant appel ou opposition.

Article 90.- En période électorale et pendant toute la durée de la campagne électorale, le délai de trois (3) jours, prévu pour l'insertion par le présent Code, pour les organes de presse écrite paraissant quotidiennement, est ramené à vingt-quatre (24) heures. La réponse devra être remise six (6) heures au moins avant le dépôt à l'imprimerie du journal dans lequel elle devra paraître. Dès ouverture de la période de la campagne électorale, le Directeur de publication de l'organe de presse écrite paraissant quotidiennement sera tenu de déclarer au parquet, sous peine d'amende de trois cent mille (300.000) francs CFA, l'heure à laquelle, pendant cette période, il entend fixer le dépôt de l'organe de presse écrite à l'imprimerie.

Le délai de citation sur refus d'insertion sera réduit à vingt-quatre (24) heures, sans augmentation pour les distances, et la citation pourra même être délivrée d'heure à heure sur ordonnance spéciale rendue par le Président du tribunal de Grande Instance. La décision du Président du tribunal de Grande instance ordonnant l'insertion est exécutoire, mais en ce qui concerne cette insertion seulement, sur minute, nonobstant opposition ou appel.

L'action en insertion forcée est prescrite après trois (3) mois révolus, à compter du jour où la publication a eu lieu.

Toutefois, toute personne nommée ou désignée dans l'organe de presse écrite périodique, à l'occasion de l'exercice de poursuites pénales, peut également, en dehors même de la période électorale, exercer l'action en insertion forcée, dans le délai de trois (3) mois, à compter du jour où la décision de non-lieu ou de relaxe est devenue définitive.

Article 91.- Le directeur de publication et le rédacteur en chef assurent le respect, au sein de l'organe de presse écrite, des règles d'éthique et de déontologie.

En cas de poursuites judiciaires, le directeur de publication est tenu d'indiquer la véritable identité de l'auteur de l'article signé d'un pseudonyme.

L'insertion dans un organe de presse écrite d'un article, d'un document ou d'un autre texte non signé engage la responsabilité du directeur de publication.

Section 6.- De l'impression et de la distribution de presse

Article 92.- Tout organe de presse écrite doit porter dans chaque édition les renseignements suivants :

- nom du directeur de publication et, le cas échéant, du directeur délégué, ainsi que des propriétaires ;
- nom et adresse de l'imprimerie ;
- le chiffre du tirage de la dernière édition.

Article 93.- L'entreprise de distribution de presse est tenue de communiquer périodiquement au Ministère en charge de la Communication les résultats des ventes de l'ensemble des organes de presse écrite qui lui sont confiés selon des modalités fixées par arrêté ministériel.

L'imprimeur est tenu également de communiquer périodiquement au Ministère en charge de la Communication les tirages qui lui sont confiés selon des modalités fixées par arrêté ministériel.

Chapitre II.- Dispositions relatives aux entreprises de communication audiovisuelle

Section première.- Règles communes aux entreprises de communication audiovisuelle

Paragraphe premier.- Principes applicables aux entreprises de communication audiovisuelle

Article 94.- L'exercice de toute activité d'édition, de distribution et de diffusion de services de communication audiovisuelle quelle que soit la technologie utilisée, est subordonné à une autorisation délivrée par le Ministre chargé de la Communication, après avis conforme de l'organe de régulation, dans les conditions définies par le présent Code.

L'autorisation accordée est personnelle. Elle ne peut être cédée ni transférée à un tiers.

La jouissance des droits découlant de cette autorisation est subordonnée au paiement d'une redevance annuelle dont le montant, les modalités de recouvrement et de répartition sont fixées par arrêté conjoint du Ministre chargé de la Communication et du Ministre en charge des Finances, après avis consultatif de l'organe de régulation.

Article 95.- L'Etat garantit l'exercice des activités de communication audiovisuelle autorisées dans les conditions prévues par la loi.

Article 96.- Les services de communication audiovisuelle prévus par le titre II du présent Code sont gratuits. Ils ne donnent lieu à aucune rémunération ou contrepartie quelconque.

Les conditions requises aux articles 71 et 73 du présent Code sont applicables au directeur de l'information et au rédacteur en chef ou au responsable assimilé.

Article 97.- Les éditeurs de services doivent réserver au moins 60% de leur temps d'antenne aux œuvres d'expression sénégalaise et aux œuvres d'expression africaine, dont 30% minimum aux œuvres d'expression sénégalaise.

Les cahiers des charges et les conventions précisent les obligations de respect de ces dispositions en fonction de la nature des programmes des éditeurs.

Article 98.- L'exploitation des services de communication audiovisuelle se fait dans des conditions de concurrence loyale conformément à la législation en vigueur et sous le contrôle de l'organe de régulation.

Le plagiat est interdit sous toutes ses formes.

Article 99.- Les éditeurs de services diffusent gratuitement, dans leur prochain programme d'information, dans la prochaine émission de même nature ou dans un service de médias audiovisuels à la demande équivalent à ceux qui ont porté atteinte

aux intérêts juridiquement protégés des personnes mises en cause, toutes rectifications qui leur sont adressées par toute personne physique ou morale ainsi que par une autorité publique.

Les éditeurs de services diffusent gratuitement, au plus tard quarante-huit (48) heures après sa réception, tout droit de réponse d'une personne mise en cause par les services de programmes ou les services de médias audiovisuels à la demande, diffusés au public.

Le droit de réponse est diffusé dans les conditions techniques, d'audience et de durée équivalentes à celles des services de programmes ou des services de médias audiovisuels à la demande qui l'ont provoqué.

Les dispositions du présent article s'appliquent aux répliques lorsque la réponse est accompagnée de nouveaux commentaires.

Les répliques au droit de réponse peuvent faire l'objet d'une auto-saisine de l'organe de régulation.

Article 100.- Les éditeurs de services veillent à la protection des enfants mineurs, vis-à-vis des productions pouvant compromettre leur épanouissement moral et intellectuel.

Ils sont tenus d'avertir le public sous une forme d'annonce, dont les modalités seront précisées dans leurs cahiers des charges et la convention, lorsqu'ils programment un film interdit aux mineurs.

La diffusion des films à caractère pornographique est interdite, sauf si un système de cryptage et d'accès conditionnel est mis en œuvre par l'éditeur de services.

Paragraphe 2.- Règles relatives aux concentrations et à l'actionnariat

Article 101.- En vue de prévenir la concentration des pouvoirs économiques dans le secteur de l'audiovisuel, il est interdit à toute personne physique ou morale agissant seule ou de manière concertée :

- d'exploiter cumulativement plus d'un service de radio et d'un service de télévision de même nature ;
- de prendre des participations financières de plus de vingt pour cent (20%) dans plus de deux (2) sociétés titulaires de licences différentes.

Article 102.- Le capital d'une entreprise de communication audiovisuelle doit être détenu par une ou plusieurs personnes de nationalité sénégalaise à hauteur de cinquante et un pour cent (51%) au minimum.

Paragraphe 3.- Disposition relatives à la publicité

Article 103.- La législation nationale sur la publicité est applicable aux entreprises de communication audiovisuelle.

Article 104.- Le contenu des messages publicitaires doit être conforme aux exigences de décence, de moralité, de véracité et de respect des valeurs et des traditions nationales. Il ne doit en aucun cas porter atteinte ni à la dignité ni à la considération de la personne humaine, ni à la sensibilité des mineurs.

Il ne doit pas porter atteinte à la sécurité, à la santé publique et au respect dû aux institutions de l'État.

Article 105.- Les messages publicitaires doivent être exempts de :

- toute discrimination raciale, ethnique ou de sexe ;
- scènes de violence ou contraires aux bonnes mœurs, d'exploitation des superstitions et des frayeurs, d'éléments pouvant encourager les abus, imprudences ou négligences ou d'éléments pouvant heurter les convictions religieuses, philosophiques ou politiques du public ;
- toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement.

Article 106.- Toute publicité mensongère ou trompeuse comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire les consommateurs en erreur est interdite.

La publicité dissimulée est interdite.

Article 107.- Le contenu des messages publicitaires ne doit comporter aucune imputation ou allusion diffamatoire ou constituer une faute dommageable. Ces messages ne peuvent comporter de comparaisons dénigrant d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes identifiables.

II est interdit de tenter de créer ou d'utiliser une confusion avec d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes.

Article 108.- La publicité pour la location-vente et les ventes à crédit doit être présentée d'une manière claire, de telle sorte qu'elle ne puisse prêter à aucun malentendu, notamment sur le prix total que doit payer le consommateur.

Le prix doit être mentionné de manière lisible et intelligible pendant un temps d'exposition suffisant afin de permettre au public de prendre connaissance de l'intégralité des informations présentées.

Article 109.- Est interdite la publicité des médicaments qui ne peuvent être délivrés que sur prescription médicale.

Dans les autres cas, la publicité doit présenter le médicament ou le produit de façon objective et favoriser son bon usage. Elle ne doit pas être trompeuse ou porter atteinte à la santé du public.

Une prudence particulière s'impose dans le contenu, la formation ou la présentation d'un message publicitaire lorsque le produit ou le service est destiné à l'alimentation.

Article 110.- La publicité ne doit pas, sans motif légitime, présenter des mineurs en situation dangereuse.

Elle ne doit, en aucun cas, exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants, des adolescents et des déficients mentaux.

Lorsqu'elle s'adresse aux enfants et aux adolescents, la publicité ne doit ni être de nature à compromettre leur éducation, ni comporter de présentation visuelle ou de déclaration écrite ou orale qui puisse leur causer un dommage physique, matériel ou moral.

Article 111.- Il est interdit d'annoncer ou de présenter, sous quelque forme que ce soit, les séquences d'un film interdit aux mineurs ou d'un film n'ayant pas encore obtenu de visa d'exploitation des autorités compétentes.

Article 112.- Sont interdits les messages publicitaires relatifs à la promotion :

- des armes à feu, cartouches ou jouets de guerre ;
- des boissons alcoolisées ;
- des produits alimentaires non certifiés ;
- des tabacs et produits du tabac ;
- des produits cosmétiques de dépigmentation.

Article 113.- La publicité ne doit faire appel, ni visuellement ni oralement, à des personnes présentant des émissions d'information.

Article 114.- Les messages publicitaires doivent être aisément identifiables.

Ils comportent, avant et après leur diffusion, les indications permettant de les identifier comme tels, grâce à des écrans reconnaissables par leurs caractéristiques optiques et acoustiques.

Article 115.- Les messages publicitaires ou les publi-reportages ne peuvent être insérés dans les journaux télévisés, les magazines d'actualité, les émissions religieuses et politiques et celles destinées aux enfants.

L'exposition de produits à des fins de publicité pendant toute la durée d'une émission est interdite.

Les bandeaux et autres messages à des fins de publicité ne peuvent excéder deux minutes par heure d'antenne, en dehors des autres messages publicitaires dont la diffusion est autorisée.

Article 116.- Les messages publicitaires sont diffusés entre les émissions.

Toutefois, ils peuvent être insérés dans les émissions, à condition de ne pas porter atteinte à l'intégrité et à la valeur de ces émissions, de tenir compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature et de ne pas porter atteinte aux droits des ayants droit.

Dans les cas prévus ci-dessus, une période d'au-moins vingt (20) minutes doit s'écouler entre deux (2) interruptions successives à l'intérieur d'une émission :

- lorsque les émissions se composent de parties autonomes ou dans les émissions sportives et dans celles retransmettant des événements et des spectacles comprenant des intervalles, les messages publicitaires sont insérés entre ces parties autonomes ou dans ces intervalles, sans débordement ;
- lorsque la diffusion d'une œuvre audiovisuelle est interrompue par la publicité, celle-ci ne peut comporter des messages d'une durée totale supérieure à cinq minutes.

Paragraphe 4.- Dispositions relatives au parrainage et au mécénat

Article 117.- Seules les personnes morales publiques ou privées peuvent pratiquer le parrainage ou le mécénat, à l'exception des associations politiques, religieuses, philosophiques ou culturelles.

Article 118.- La citation du nom, de la dénomination ou de la raison sociale de l'entreprise pratiquant le parrainage ou le mécénat et la référence à ses réalisations ou à ses produits ainsi qu'aux signes distinctifs qui lui sont habituellement associés, peuvent apparaître à l'intérieur des émissions parrainées, sous réserve que ces émissions ne soient pas relatives à l'activité de ladite entreprise.

Article 119.- Les journaux télévisés ou parlés ainsi que les émissions politiques ne peuvent être parrainés.

Les émissions télévisées ne peuvent être parrainées par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de boissons alcoolisées, de produits du tabac, de médicaments uniquement disponibles sur prescription médicale ou la fourniture de traitements médicaux uniquement disponibles sur prescription médicale.

Paragraphe 5.- Dispositions relatives au télé-achat

Article 120.- Les articles 101 à 114 du présent Code relatifs à la publicité s'appliquent aux émissions de télé-achat.

Les émissions de télé-achat doivent être clairement annoncées.

Article 121.- La marque, le nom du fabricant ou du distributeur d'un objet ou d'un produit, le nom du prestataire d'un service offert à la vente ne sont pas montrés, mentionnés ou indiqués à l'antenne et ne font pas l'objet, par un autre moyen, d'une annonce ou d'une publicité se rapportant à l'émission. La marque est précisée lors de la commande ainsi que le nom du fabricant ou du distributeur qui donne sa garantie.

Article 122.- La présentation des biens ou services offerts à la vente doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs et ne doit pas comporter d'allégations ou d'indications fausses ou de nature à induire le public en erreur.

Article 123.- Les biens ou services sont décrits de manière aussi précise que possible, dans des conditions que déterminent les conventions et cahiers des charges.

Article 124.- Les conditions de commande ne doivent comporter aucune ambiguïté quant aux engagements souscrits.

Article 125.- Les conventions et cahiers des charges fixent les modalités selon lesquelles un même bien ou service peut être présenté à la fois dans une émission de télé-achat et dans un message publicitaire.

Article 126.- Les émissions de télé-achat ne peuvent être interrompues par des écrans publicitaires.

La durée des émissions de télé-achat ne peut être supérieure à trois (3) heures par jour.

Les services de télévision ne peuvent diffuser pas plus de huit (8) émissions quotidiennes de télé-achat.

Section 2.- Dispositions spécifiques à la communication audiovisuelle numérique

Paragraphe premier.- Dispositions applicables aux acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle

Article 127.- Sont considérés comme principaux acteurs de la chaîne de valeur de communication audiovisuelle :

- les éditeurs de services qui comprennent aussi les services de médias audiovisuels à la demande dont l'activité principale consiste à mettre à disposition du public des services de communication audiovisuelle (services de VOD, télévision et radio de rattrapage) ;
- l'opérateur de diffusion ;
- les distributeurs de services.

Paragraphe 2.- Des éditeurs de services

Article 128.- Le Ministère en charge de la Communication, autorité compétente, délivre d'office à l'éditeur public national une autorisation d'exploitation de service de communication audiovisuelle, approuvée par décret.

Un cahier des charges est annexé à cette autorisation.

Le nombre et la répartition des chaînes publiques (nationales et locales, généralistes et thématiques) sont arrêtés par le Ministère en charge de la Communication et communiqués à l'organe de régulation et à l'ARTP pour leur prise en charge par l'opérateur de diffusion.

Article 129.- Toute personne morale de droit privé sénégalais peut postuler à une licence d'exploitation d'un service de communication audiovisuelle sur la base d'un cahier des charges.

Toutefois, aucune personne morale de droit privé sénégalais ne peut détenir une autorisation d'exploiter un service de communication audiovisuelle sur la TNT si elle est déjà titulaire d'une autorisation d'exploitation sur la télévision par câble et par satellite.

Article 130.- L'organe de régulation établit, avec le concours technique de l'opérateur de diffusion, les cahiers des charges des différentes catégories de services de communication audiovisuelle.

Les cahiers des charges déterminent notamment :

- le délai maximum dans lequel le titulaire de l'autorisation doit commencer de manière effective à utiliser le canal dans les conditions prévues par la licence ;
- tous les éléments de nature à garantir le respect de la législation en vigueur, des informations complètes sur le requérant, sa moralité, sa crédibilité, ainsi que sur les autres associés de l'entreprise lorsqu'il s'agit d'une personne morale ;
- la durée de la licence ;
- le caractère généraliste ou thématique des contenus et/ou services fournis aux usagers ;
- les caractéristiques générales du programme propre, le ratio productions nationales productions étrangères, le temps maximum consacré à la publicité, aux émissions parrainées, ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ; la diffusion de programmes éducatifs et culturels, ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression culturelle et artistique du Sénégal.

Figurent également dans les cahiers des charges, toutes les informations sur la licence d'exploitation ainsi que les conditions et délais de réalisation du projet.

Les cahiers des charges, dans tous les cas, comportent nécessairement au moins une partie juridique, une partie technique et une partie administrative et financière, de manière à présenter l'entreprise dans ses aspects essentiels.

Article 131.- L'organe de régulation prépare et met en œuvre les procédures d'attribution de licences.

L'attribution de licences d'exploitation aux éditeurs de services est faite principalement par appel à la concurrence. Toutefois, elle peut faire l'objet d'une demande, si la ressource en fréquences est disponible et ne fait l'objet d'aucune autre sollicitation.

En cas d'appel à concurrence, l'attribution est faite sur la base de la cartographie du paysage audiovisuel définie par le Ministère en charge de la Communication. Cette

cartographie présente le nombre de services proposés, leur couverture (nationale ou locale) et leur catégorie généraliste ou thématique.

Article 132.- Les candidats doivent :

- fournir tous les renseignements nécessaires à l'examen de leur demande ou de leur candidature ;
- produire la liste complète et détaillée des moyens qu'ils comptent mettre en exploitation ;
- présenter une étude technique, économique, sociale et financière ;
- présenter le profil et le déploiement des ressources humaines.

Les candidats justifient notamment que :

- plus de la moitié du capital social ou des titres participatifs appartiennent à des personnes physiques ou morales sénégalaises ;
- plus de la moitié des membres de la direction sont de nationalité sénégalaise ;
- plus de la moitié du personnel sont de nationalité sénégalaise.

L'organe de régulation peut demander toute information et document pertinents dans un délai raisonnable qu'elle fixe. Les candidats doivent répondre à ces demandes.

Article 133.- Les frais et redevances, prévus par le présent Code, sont perçus par le Trésor public à l'occasion de la délivrance de la licence.

Les frais d'accès et de diffusion de programmes au niveau de l'infrastructure numérique sont perçus par l'opérateur de diffusion selon un guide tarifaire établi et approuvé par l'organe de régulation. Les modalités de paiement sont précisées dans la grille tarifaire.

Article 134.- L'attribution de licences d'exploitation de services de communication audiovisuelle est faite en fonction de la disponibilité des canaux. Les demandes sont adressées au Ministre chargé de la Communication qui les transmet à l'organe de régulation pour instruction du dossier. Celui-ci requiert l'avis consultatif de l'opérateur de diffusion.

Article 135.- En cas de disponibilité de canaux, l'organe de régulation reçoit les candidatures sur la base de cahiers de charges distincts selon la catégorie de service.

L'organe de régulation instruit les soumissions et sélectionne les candidats dont les offres sont jugées les meilleures par rapport à l'ensemble des prescriptions du cahier des charges.

La licence assortie d'un cahier des charges est attribuée à l'éditeur de services de communication audiovisuelle par décision du Ministre chargé de la Communication, après avis conforme de l'organe de régulation.

Aucun requérant ne peut émettre avant la notification de la décision d'adjudication de la licence et la signature de la convention avec l'organe de régulation.

Article 136.- Dès notification de l'adjudication par l'organe de régulation, les éditeurs de services sélectionnés procèdent à la signature d'un contrat avec l'opérateur de diffusion.

Ce contrat précise les frais d'accès et de diffusion de programmes au niveau de l'infrastructure numérique. Il est transmis à l'organe de régulation dans un délai maximum de trois (03) mois, à compter de la notification de l'adjudication.

L'organe de régulation transmet dans un délai maximum d'un (01) mois, lesdits contrats signés, au Ministère en charge de la Communication, pour information.

Les éditeurs de contenus et/ou de services peuvent également signer des contrats avec les distributeurs de contenus et/ou de services.

Article 137.- La signature de la convention entre l'organe de régulation et les éditeurs de contenus et/ou de services de communication audiovisuelle intervient dans un délai maximum de trois (03) mois après la notification de la décision d'adjudication.

La convention entre l'organe de régulation et l'éditeur de services est conclue dans le respect des règles de transparence et du pluralisme de l'information.

Cette convention fixe les règles particulières applicables en considération des services proposés.

Elle tient compte entre autres de l'étendue de la zone desservie, de la part du service dans le marché publicitaire, du respect de l'égalité de traitement entre les différents éditeurs, des conditions de concurrence et du développement de la TNT.

Elle définit également les prérogatives et notamment les pénalités prévues à cet effet pour assurer le respect des obligations conventionnelles.

Les conditions et clauses du contrat visé à l'alinéa premier du présent article sont préétablies par l'organe de régulation.

Article 138.- La convention entre l'éditeur de services et l'organe de régulation fixe :

- la durée d'émission et les caractéristiques de la grille des programmes de chaque éditeur ;
- les modalités permettant d'assurer la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles en tenant compte des accords conclus entre l'éditeur et une ou plusieurs organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle, s'agissant notamment de la durée des droits ;
- l'objet et la durée de la licence ;
- les conditions et les procédures de renouvellement de la licence ;

- le volume et les conditions de diffusion des œuvres audiovisuelles d'expression sénégalaise, des œuvres audiovisuelles d'expression africaine et des œuvres cinématographiques ;
- la part du chiffre d'affaires consacrée à l'acquisition des droits de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale sénégalaise ;
- le concours complémentaire au soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie de programmes audiovisuels dans les conditions d'affectation fixées par la loi de finances ;
- les dispositions propres à assurer la promotion des langues nationales ;
- la diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression artistique nationale ;
- la contribution à des actions culturelles, éducatives et de défense des consommateurs ;
- la contribution à la diffusion à l'étranger d'émissions produites en République du Sénégal ;
- la durée et les tranches horaires allouées aux émissions d'animation ;
- le temps maximum consacré à la publicité, aux émissions parrainées, ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ;
- les modalités du télé-achat, si de tels programmes sont proposés ;
- les conditions dans lesquelles les éditeurs de services bénéficiant d'une autorisation nationale en clair peuvent effectuer des décrochages locaux sous leur responsabilité éditoriale, dans la limite cumulée d'au moins trois (03) heures par jour, sauf dérogation de l'organe de régulation. Les décrochages locaux visés au présent alinéa ne sont pas considérés comme des services distincts bénéficiant d'autorisations locales ;
- les modalités de mise à disposition des services à la demande ;
- les données associées au programme principal destinées à l'enrichir et à le compléter ;
- la diffusion de programmes consacrés à la culture scientifique, technique et industrielle ;
- la diffusion de programmes consacrés à l'enfance, à l'adolescence et au genre ;
- les frais, taxes et redevances à payer.

Article 139.- II est interdit de prêter son nom, de quelque manière que ce soit, à toute personne qui sollicite la délivrance d'une licence d'exploitation d'un service de communication audiovisuelle.

Article 140.- La licence délivrée en application du présent chapitre est personnelle. Elle ne peut être cédée à un tiers.

Article 141.- La durée de la licence est renouvelable à l'échéance.

Pour pouvoir bénéficier du renouvellement, le titulaire de la licence adresse, trois (3) mois avant l'expiration de celle-ci, une demande de renouvellement à l'Autorité compétente.

Si dans un délai de deux (2) mois, l'Autorité compétente ne fait pas parvenir au demandeur l'accord ou le refus motivé de sa décision, ce silence vaut accord et la concession est reconduite d'office pour sa durée initiale.

Article 142.- L'autorité compétente procède à la révocation de la licence si son bénéficiaire :

- ne paie pas les taxes et les redevances après mise en demeure ;
- n'observe pas les prescriptions législatives, réglementaires et contractuelles relatives à la licence ;
- fait l'objet d'une décision judiciaire la prescrivant.

Le titulaire d'une licence doit l'exploiter dans les six (6) mois de sa notification sous peine de révocation.

Lorsque la licence est révoquée ou arrive à expiration, l'organe de régulation s'assure, en rapport avec l'opérateur de diffusion, que les équipements du titulaire sont mis hors service, de telle sorte qu'ils ne puissent être à nouveau exploités sans l'obtention d'une nouvelle licence.

L'organe de régulation veille au respect de cette disposition. Elle peut, le cas échéant, faire procéder à la mise hors service, aux frais du concessionnaire défaillant, sans préjudice de toute autre sanction prévue par la loi.

Article 143.- La licence devient caduque lorsque le bénéficiaire se trouve dans l'impossibilité de poursuivre ses activités, sauf cas de force majeure.

Au bout d'un délai de quinze (15) jours, l'organe de régulation met en demeure le titulaire de la licence. Si cette mise en demeure est restée sans effet pendant sept (7) jours, l'organe de régulation met en œuvre la procédure de révocation conformément à l'article 142 du présent Code.

Faute pour le bénéficiaire de demander la réutilisation de la licence à l'expiration du délai de six (6) mois, celle-ci est soumise à nouveau à la procédure d'appel à candidature.

Article 144.- Aucune licence ne peut être accordée à un parti politique, à une alliance ou groupe de partis politiques, à une ethnie ou à un groupe d'ethnies et à une communauté religieuse.

Article 145.- En rémunération de la concession de la licence et des services liés à la gestion de cet usage, une redevance annuelle est due par chaque éditeur à l'Etat et versée au Trésor public.

L'organe de régulation donne son avis avant la prise de l'arrêté conjoint du Ministre chargé de la Communication et du Ministre chargé des Finances qui fixe le montant de la redevance. Le même arrêté détermine les modalités de recouvrement et la répartition de ladite redevance.

Article 146.- Nul ne peut exercer à la fois les activités d'éditeur de services et d'opérateur de télécommunication.

Article 147.- Le Ministre chargé de la Communication délivre d'office une licence d'exploitation aux éditeurs de services de communication audiovisuelle déjà existants, sous réserve de la signature d'une nouvelle convention avec l'organe de régulation.

Paragraphe 3.- De l'opérateur de diffusion

Article 148.- L'opérateur de diffusion, créé par une loi, est une personne morale de droit privé sénégalais, dont le capital social est majoritairement détenu par l'Etat. Sa composition, son organisation et son fonctionnement sont fixés par décret.

Il est interdit aux autres entités acteurs de la chaîne de valeur de communication audiovisuelle ou aux opérateurs de télécommunications de souscrire au capital de l'opérateur de diffusion de quelque manière que ce soit, y compris par prête-nom.

Ne peuvent prendre part au capital de l'opérateur de diffusion que les entreprises de droit sénégalais appartenant à des nationaux.

L'opérateur est titulaire d'une autorisation délivrée par l'Autorité de régulation des télécommunications, sur la demande de l'organe de régulation. Cette autorisation est immédiatement notifiée au Ministre chargé de la Communication.

Article 149.- Outre les missions qui lui sont dévolues par la loi relative à sa création, l'opérateur de diffusion assure la diffusion en mode numérique terrestre conformément à la composition des multiplex établis et aux clauses de sa convention avec l'organe de régulation.

Il assure selon son cahier des charges la collecte des programmes auprès des éditeurs autorisés, le transport et le multiplexage des services et la diffusion à destination du public.

Article 150.- L'opérateur de diffusion est tenu de respecter le principe de transparence et de neutralité technologique entre éditeurs de communication audiovisuelle.

Article 151.- Nul ne peut exercer à la fois les activités d'opérateur de diffusion et d'éditeur de services.

Article 152.- La composition des multiplex et le positionnement des éditeurs sont définis par l'organe de régulation, en rapport avec le Ministère en charge de la Communication.

Article 153.- L'opérateur de diffusion conclut une convention d'établissement et d'exploitation de multiplex avec l'organe de régulation.

Les conditions et clauses de la convention visée à l'alinéa 1^{er} du présent article sont préétablies par l'organe de régulation.

Les conditions de déploiement des multiplex sont définies dans le cahier des charges annexé à la convention.

Article 154.- Dans un délai de trois (03) mois à compter de la délivrance des autorisations, les éditeurs de services notifient à l'organe de régulation le contrat qu'ils ont conclu avec l'opérateur de diffusion.

Le délai est prorogé d'un (01) mois en cas de justification par l'éditeur de l'empêchement de conclure le contrat avec l'opérateur de diffusion.

Article 155.- L'opérateur de diffusion reçoit de l'organe de régulation l'autorisation d'exploiter le premier multiplex de radiodiffusion télévisuelle.

Il est chargé d'assurer les opérations techniques de numérisation des signaux et de diffusion des programmes auprès du public.

Le cas échéant, l'Autorité de régulation des télécommunications assigne à l'opérateur de diffusion les ressources en fréquence nécessaires au déploiement des multiplex, sur la demande de l'organe de régulation.

Article 156.- L'usage de la ressource radioélectrique pour la diffusion de services de communication audiovisuelle, par voie hertzienne terrestre, en mode numérique, est subordonné au respect des conditions techniques définies par l'organe de régulation.

Paragraphe 4.- Des distributeurs de services

Article 157.- La distribution des services est assurée par voie hertzienne terrestre, internet, câble ou par satellite dans le respect de la réglementation en vigueur.

Article 158.- Pour la mise à disposition des services de multiplex, sont reconnues comme distributeurs les sociétés qui commercialisent les bouquets de services de communication audiovisuelle. Le distributeur doit être titulaire de l'autorisation appropriée.

Article 159.- Toute personne morale peut adresser à l'organe de régulation une demande d'autorisation pour la distribution de services de communication audiovisuelle.

Les éditeurs de services de communication audiovisuelle choisissent parmi les candidats le nombre de distributeurs qu'ils auraient retenu. A défaut d'accord,

l'organe de régulation lance un nouvel appel à candidatures sur la ressource radioélectrique concernée.

Les distributeurs signent une convention avec les éditeurs et l'opérateur de diffusion après autorisation de l'organe de régulation sur la base d'un cahier des charges.

Le distributeur est distinct de l'éditeur.

Article 160.- L'opérateur de diffusion fait droit, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, aux demandes de diffusion de services de télévision à accès conditionnel mis à disposition du public, provenant de distributeurs et d'éditeurs de services de télévision, lorsque ces demandes concernent la fourniture par l'opérateur de diffusion des prestations techniques nécessaires à la réception de leur offre par le public autorisé.

Article 161.- Sur le territoire national, tout distributeur met gratuitement à disposition de ses abonnés, les services audiovisuels publics généralistes, sauf si ces derniers estiment que l'offre de services est manifestement incompatible avec le respect de leurs missions de service public.

Lorsque le distributeur propose une offre de services en mode numérique, il met gratuitement à disposition des abonnés à cette offre les services diffusés par voie hertzienne en mode numérique.

Les coûts de transport et de diffusion de ces reprises sont à sa charge. L'opérateur de diffusion précise les frais d'accès aux flux réutilisables par le distributeur de services selon un guide tarifaire établi et approuvé par l'organe de régulation. Les modalités de paiement sont précisées dans la grille tarifaire.

Article 162.- La reprise des programmes des éditeurs de services gratuits diffusés par voie numérique, par un distributeur par câble, satellite ou par un opérateur de télécommunications, est réalisée, à ses frais, au sein d'une offre de programmes qui n'est conditionnée ni à la location d'un terminal de réception, ni à la souscription d'un abonnement. La reprise des programmes doit se faire sur la base d'un contrat avec l'éditeur et l'opérateur de diffusion. Le contrat avec l'opérateur de diffusion précise la quote-part du distributeur sur le coût de la reprise de programmes des multiplex.

Article 163.- Tout distributeur de services à accès conditionnel doit mettre à la disposition du public les équipements de réception appropriés permettant également la réception de signaux en clair.

Article 164.- Les distributeurs de services qui diffusent ou commercialisent des bouquets satellitaires signent une convention avec l'organe de régulation.

Paragraphe 5.- Des distributeurs de services de télévision mobile personnelle

Article 165.- L'autorisation de distribution de services de Télévision mobile personnelle à tout exploitant de réseau de Radiocommunication mobile terrestre ouvert au public est délivrée par l'Autorité compétente.

Pour ce faire, le distributeur de services de Télévision mobile personnelle doit fournir un avis de non objection de l'Autorité en charge de la régulation des télécommunications.

Article 166.- Les distributeurs de services de Télévision mobile personnelle formulent une demande d'autorisation auprès de l'autorité compétente.

Les distributeurs de services de Télévision mobile personnelle signent une convention avec les éditeurs de services. Cette convention est approuvée par l'organe de régulation et transmise au Ministère en charge de la Communication.

Article 167.- Tout éditeur de services fait droit, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, aux demandes des distributeurs de services de Télévision mobile personnelle visant à assurer la reprise de leurs services au sein de l'offre commercialisée par ce distributeur dès lors que ce dernier est titulaire d'une convention signée avec l'organe de régulation.

Article 168.- Les distributeurs de services de Télévision mobile personnelle assurent à leur frais, la reprise des programmes de l'ensemble des éditeurs de services diffusés en clair en mode numérique terrestre au sein d'une offre qu'ils commercialisent auprès du public.

L'opérateur de diffusion précise les frais d'accès aux flux réutilisables pour des services de Télévision mobile personnelle selon un guide tarifaire établi et approuvé par l'organe de régulation. Les modalités de paiement sont précisées dans la grille tarifaire.

La reprise des programmes diffusés en clair en mode numérique terrestre par les distributeurs de services de Télévision mobile personnelle doit faire également l'objet d'une diffusion en clair.

Section 3.- Dispositions spécifiques aux services distribués par câble et par satellite

Paragraphe premier.- Edition de services distribués par câble et par satellite

Article 169.- L'organe de régulation fixe pour chaque catégorie de services distribués par câble ou par satellite :

- la durée maximale des conventions ;
- le cas échéant, le montant de la redevance, en rapport avec le Ministère en charge de la Communication ;
- les règles générales de programmation ;
- les règles applicables à la publicité, au parrainage et au télé-achat ;

- la contribution des éditeurs de service au développement de la production d'œuvre télévisuelle, radiophonique et cinématographique ;
- les règles générales relatives aux contrats d'acquisition des droits de diffusion, selon les différents modes d'exploitation et de limitation de la durée de ces droits lorsqu'ils sont exclusifs.

Article 170.- Pour les services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, la convention précise les mesures à mettre en œuvre pour garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion ainsi que l'honnêteté de l'information.

Article 171.- Nonobstant les fréquences de radiodiffusion sonores et télévisuelles par satellite établies conjointement par l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) et les opérateurs de satellite, l'Etat du Sénégal dispose de son espace hertzien et se réserve le droit d'autoriser ou d'interdire la diffusion de programme par satellite arrosant ledit espace.

Les autorisations dont la durée est fixée par l'Autorité compétente ne peuvent être accordées qu'à des sociétés commerciales de droit sénégalais.

Les services de radiodiffusion sonore et de télévision diffusés sur ces fréquences sont soumis aux dispositions du présent chapitre.

Paragraphe 2.- Distribution de services de communication audiovisuelle par câble et par satellite

Article 172.- L'exploitation des services de distribution par câble ou par satellite est soumise à l'autorisation du Ministre chargé de la Communication.

Article 173.- Les services de distribution doivent être conformes à des spécifications techniques d'ensemble définies par l'organe de régulation en rapport avec l'Autorité de régulation des télécommunications.

Article 174.- L'autorisation d'exploitation des services de distribution ne peut être délivrée qu'à une personne morale de droit sénégalais, par décision du Ministre chargé de la Communication, après avis de l'organe de régulation.

L'autorisation précise la durée de l'exploitation ainsi que la composition et la structure de l'offre de service.

Elle peut comporter des obligations portant sur les points suivants :

- la retransmission des programmes des éditeurs publics de services par voie hertzienne, aux frais du distributeur, selon un guide tarifaire établi par l'opérateur de diffusion, approuvé par l'organe de régulation et précisant les frais d'accès aux flux réutilisables pour des services de communication audiovisuelle par câble ou par satellite. Les modalités de paiement sont précisées dans la grille tarifaire ;
- la précision des modalités de rediffusion intégrale ou partielle par câble ou satellite du service de communication audiovisuelle en plusieurs programmes.

Article 175.- L'organe de régulation veille à ce que la composition de l'offre soit conforme à l'intérêt du public au regard, notamment, de l'honnêteté des services proposés.

Article 176.- Toute modification de la composition et de la structure d'une offre est soumise à l'organe de régulation qui peut s'y opposer par décision motivée, dans les quinze jours suivant la notification de la modification qu'elle estime être de nature à remettre en cause les conditions aux vues desquelles l'autorisation a été délivrée.

Chapitre III.- Dispositions relatives aux entreprises de presse en ligne

Section première.- Conditions de fourniture de services de l'entreprise de presse en ligne

Article 177.- Constitue une entreprise de presse en ligne tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale.

Les professionnels de la presse en ligne mettent en place un dispositif pour renforcer la professionnalisation et l'assainissement du secteur dans le respect de la réglementation en vigueur.

Article 178.- L'entreprise de presse en ligne satisfait aux obligations suivantes :

- le capital doit être détenu par une ou plusieurs personnes de nationalité sénégalaise à hauteur de cinquante et un pour cent (51%) au minimum ;
- le capital ne peut être détenu par une personne physique ou morale de nationalité étrangère directement ou indirectement au-delà de vingt pour cent (20%) ;
- elle édite à titre professionnel ;
- elle emploie, à titre régulier, au moins trois (3) journalistes, conformément aux dispositions du présent Code.

En outre, l'entreprise de presse en ligne doit :

- disposer d'un directeur de publication et d'un rédacteur en chef justifiant respectivement d'au moins dix (10) années et sept (07) années d'expérience professionnelle ;
- communiquer le nom et l'adresse de son fournisseur d'accès au Ministre chargé de la Communication, à l'organe de régulation et à l'autorité de régulation des télécommunications. Le fournisseur d'accès est de droit sénégalais et a son siège social au Sénégal ;

- offrir un contenu multimédia faisant l'objet d'un renouvellement régulier et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles. Tout renouvellement doit être daté;
- mettre, à disposition du public, un contenu original, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet, au sein du service de presse en ligne, d'un traitement à caractère journalistique, notamment dans la recherche, la vérification et la mise en forme de ces informations.

Le contenu, publié par l'entreprise de presse en ligne, présente un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, récréation du public.

Le contenu publié ne doit pas, par une représentation de la personne humaine, porter atteinte à sa dignité, à son intégrité et à la décence.

L'entreprise de presse en ligne n'a pas pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'entreprises commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou d'autre nature, dont il serait en réalité l'instrument de publicité ou de communication, et n'apparaît pas comme étant l'accessoire d'une activité industrielle, artisanale, commerciale ou de prestation de service, autre que la mise à disposition au public d'informations ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique. Dans tous les cas, ne peuvent être reconnus comme des services de presse en ligne les services de communication au public en ligne, dont l'objet principal est la diffusion de messages publicitaires ou d'annonces, sous quelque forme que ce soit.

Section 2.- Des obligations et de la responsabilité en matière de fourniture de service de presse en ligne

Article 179.- L'éditeur et l'administrateur ont la maîtrise éditoriale du contenu publié dans leurs sites et réseaux sociaux.

Sur les espaces de contribution personnelle des internautes, l'éditeur et l'administrateur mettent en œuvre les dispositifs appropriés de modération. Ces dispositifs doivent également permettre à toute personne de signaler la présence de contenus indécents ou inappropriés à l'éditeur et à l'administrateur. Ces derniers doivent rendre l'accès impossible ou retirer promptement de tels contenus.

Article 180.- Les personnes physiques ou morales dont l'activité est d'offrir un accès à des services de presse en ligne, autres que de correspondance privée, sont tenues :

- d'informer leurs abonnés de l'existence de moyens techniques permettant de restreindre l'accès à certains services ou de les sélectionner ;
- de leur proposer au moins un de ces moyens ;
- de restreindre la fourniture d'accès après constat de commentaires injurieux ou portant atteinte à la dignité des personnes.

Article 181.- Les personnes physiques ou morales qui assurent, à titre gratuit ou onéreux, le stockage direct et permanent pour mise à disposition du public de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature accessibles par ces services sont pénalement ou civilement responsables du fait du contenu de ces services si, ayant été informées ou saisies par une autorité judiciaire relativement au caractère illicite du contenu, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu.

Article 182.- Les prestataires mentionnés aux articles 180 et 181 ci-dessus sont tenus de détenir et de conserver les données de nature à permettre l'identification de toute personne ayant contribué à la création d'un contenu des services dont ils sont prestataires.

Ils sont également tenus de fournir aux personnes qui éditent un service de communication en ligne, autre que de correspondance privée, des moyens techniques permettant à celles-ci de satisfaire aux conditions d'identification prévues à l'article 183 du présent Code.

Les autorités judiciaires peuvent requérir communication auprès des prestataires, mentionnés aux articles 180 et 181 du présent Code, à des fins de recherche, de constatation et de poursuite d'infractions, des données mentionnées au premier alinéa du présent article.

Article 183.- Les personnes, dont l'activité est d'éditer un service de communication en ligne, autre que de correspondance privée, tiennent à la disposition du public :

- s'il s'agit de personnes physiques, leur nom, prénom(s) et domicile ;
- s'il s'agit de personnes morales :
 - leur dénomination ou leur raison sociale et leur siège social ;
 - le nom du directeur de publication et celui du rédacteur en chef ;
 - le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse du prestataire, mentionné à l'article 181 du présent Code.

Article 184.- Sans préjudice de la mise en œuvre de leur responsabilité, les éditeurs des services de communication en ligne qui ne se conforment pas aux obligations prévues par les articles 178, 179, 180 et 183 du présent Code ne peuvent prétendre au bénéfice des avantages qui s'attachent au statut d'entreprise de presse.

Article 185.- Toute personne nommée, citée ou désignée dans un contenu de presse en ligne dispose d'un droit de réponse et de rectification.

Les dispositions relatives à la presse écrite sont applicables à la presse en ligne. Toutefois, la prise en charge des rectificatifs et réponses se fait dès réception.

Chapitre IV.- Dispositions relatives à la radiodiffusion associative ou communautaire

Article 186.- Les radios associatives ou communautaires sont des médias à but non lucratif créés par une communauté ou une association sénégalaise ayant un statut juridique avec des statuts et règlements.

Article 187.- Les radios associatives ou communautaires ne peuvent revêtir la forme d'entreprise de presse au sens du présent Code.

Article 188.- Les programmes de ces radios doivent entrer dans le cadre des objets et missions des associations et communautés qui les ont créées. D'autres programmes peuvent être autorisés dans le cahier des charges.

Article 189.- Elles doivent participer au développement économique, social, culturel et environnemental des communautés et à l'atteinte des objectifs des associations qui les ont créées.

Les règles relatives notamment au respect des institutions de la République, de l'ordre public, des bonnes mœurs, de la diversité culturelle et ethnolinguistique et de la protection des mineurs doivent être observées dans la diffusion des programmes.

Article 190.- Le personnel des radios associatives ou communautaires est constitué de bénévoles.

Les radios communautaires sont interdites d'activités commerciales. Toutefois, elles peuvent bénéficier d'avantages de la part de l'Etat et des autres entités publiques.

Article 191.- Un cahier de charges élaboré par l'organe de régulation et validé par le Ministre chargé de la Communication précise notamment les droits et obligations, le profil du personnel des radios associatives ou communautaires ainsi que les conditions pour bénéficier, le cas échéant, des avantages prévus à l'article précédent.

TITRE III.- DISPOSITIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES

Chapitre premier.- Sanctions applicables à toutes les entreprises de presse

Section première.- Sanctions administratives

Article 192.- En cas de circonstance exceptionnelle, l'autorité administrative compétente (Gouverneur, Préfet ou Sous-préfet) peut, pour prévenir ou faire cesser une atteinte à la sécurité de l'État, à l'intégrité territoriale, ou en cas d'incitation à la haine ou d'appel au meurtre, ordonner :

- la saisie des supports de diffusion d'une entreprise de presse ;
- la suspension ou l'arrêt de la diffusion d'un programme ;
- la fermeture provisoire de l'organe de presse.

La décision de l'autorité administrative doit être écrite, motivée et notifiée au responsable de l'entreprise de presse concernée. Ce dernier peut saisir immédiatement la juridiction suprême compétente en matière administrative d'un recours en annulation et en suspension de la décision.

Des poursuites en réparation pour voies de fait, en raison de la violation d'un droit fondamental, peuvent également être exercées devant le Tribunal de Grande instance du ressort.

Article 193.- Dans le cas où il s'agit de la presse en ligne, l'autorité administrative notifie, pour exécution, sa décision au fournisseur d'accès ou à l'hébergeur. L'Autorité de régulation des télécommunications en est immédiatement informée pour qu'elle veille au respect de l'exécution de la décision.

Les responsables de l'entreprise de presse concernée peuvent attaquer la décision dans les conditions et selon les modalités prévues à l'article précédent.

Section 2.- Sanctions pénales

Article 194.- Est puni d'une peine d'emprisonnement de trois (3) mois à un (1) an et d'une amende de cent (100) mille à un million de francs ou l'une de ces deux peines toute violation des obligations prévues aux articles 71, 73, 96 alinéa 2, au quatrième tiret de l'alinéa 1 et au premier tiret de l'alinéa 2 de l'article 178 du présent Code.

Article 195.- Tout manquement aux dispositions de l'article 69 alinéa 2,3 et 4 est puni d'une peine d'emprisonnement de 2 à 6 mois et d'une Amende de cent (100) mille à un million de francs ou l'une de ces deux peines.

Les mêmes peines sont applicables en cas de violation des prescriptions des articles 102, 132 alinéa 2 et 178 alinéa 1 tirets 1 et 2.

Article 196.- Constitue un délit d'entrave à la liberté de la presse et de la communication tout fait ou action de nature à empêcher l'impression ou la libre circulation de la presse ou à empêcher le journaliste d'exercer librement son activité.

Est puni, d'une amende de cinq cent (500) mille à trois (3) millions de francs CFA, quiconque se rend coupable des faits et actions de cette nature.

En cas de récidive, la peine prévue à l'alinéa 2 du présent article est doublée.

Article 197.- Lorsque l'entrave à la liberté de la presse et de la communication est exercée avec violence sur le journaliste, le technicien des médias ou contre l'entreprise de presse, les dispositions du Code pénal relatives aux violences volontaires, destructions et dégradations sont applicables.

Il en est de même en cas d'agression commise par toute personne physique ou morale, autorité publique, contre un journaliste ou un technicien des médias dans le cadre de l'exercice de sa profession ou de dommages sur leur matériel de travail.

CHAPITRE II.- Des sanctions applicables aux infractions relatives à la carte nationale de presse et aux entreprises de presse écrite

Section première.- Des sanctions applicables aux infractions relatives à la carte nationale de presse

Article 198.- Est puni d'un emprisonnement de six mois à trois ans et d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs ou de l'une de ces deux peines, quiconque fait une déclaration totalement ou partiellement inexacte, en vue d'obtenir la délivrance de la carte nationale de presse.

Les mêmes peines sont applicables à ceux qui auront sciemment faits des déclarations inexactes ou fourni des documents falsifiés en vue de permettre à autrui d'obtenir la délivrance de la dite carte.

Article 199.- Quiconque fait usage d'une carte nationale de presse frauduleusement obtenue, est puni d'un emprisonnement de trois mois à un an et d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs.

Section 2.- Des sanctions applicables aux infractions relatives aux entreprises de presse écrite

Article 200.- Le propriétaire d'un organe de presse écrite qui ne respecte pas les dispositions de l'article 70 du présent Code est puni d'un emprisonnement de deux à six mois et d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs.

Article 201.- Tout imprimeur qui n'aura pas indiqué son nom et son domicile sur tout écrit rendu public, conformément aux dispositions de l'article 92 du présent Code sera passible d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs.

Article 202.- Tout manquement aux dispositions de l'article 72 alinéa 2 du présent Code est puni d'un emprisonnement de deux à trois mois et d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs, ou l'une de ces deux peines. Cette sanction s'applique au Directeur de publication.

Article 203.- Lorsque la déclaration de parution d'un organe de presse écrite n'aura pas été régulièrement faite, le propriétaire, le directeur de publication et le cas échéant l'imprimeur seront punis d'une amende de cent (100) mille à un (1) million de francs.

L'organe de presse écrite ne pourra continuer sa publication qu'après avoir rempli les formalités prescrites aux articles 80 à 83 du présent Code. Si la publication irrégulière continue, une amende de cent (100) mille francs est prononcée solidairement contre les mêmes personnes pour chaque numéro publié à partir du prononcé du jugement de condamnation si ce jugement est contradictoire, et du troisième jour qui suivra sa notification, s'il a été rendu par défaut.

Article 204.- La diffusion d'une publication déclarée non conforme aux conditions fixées par le présent Code est punie d'un emprisonnement de deux à six mois et

d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs ou de l'une des deux peines.

Les poursuites sont engagées et les peines appliquées à l'encontre du propriétaire, du directeur de publication et de l'imprimeur des organes de presse.

Dans tous les cas prévus par le présent article, il sera procédé, dans les conditions du droit commun, à la saisie des exemplaires diffusés, distribués ou vendus irrégulièrement.

Article 205.- Toute personne qui fait circuler, ou qui met en vente au Sénégal des organes de presse étrangers sans avoir effectué le dépôt préalable prévu à l'article 82 du présent Code, sera passible des peines prévues à l'article 203 du présent Code.

Article 206.- Quiconque fait circuler, distribuer ou mettre en vente au Sénégal des organes de presse étrangers interdits par décision motivée et conjointe des Ministres chargés de l'Intérieur et de la Communication, ou fait reprendre, sous un titre différent, la publication d'un journal ou d'un écrit interdit, sera puni d'un emprisonnement de deux mois à un an et d'une amende de cent (100) mille à un million de francs, ou de l'une de ces deux peines.

Sans préjudice des cas prévus à l'article 270 du Code pénal, les distributeurs pourront être poursuivis conformément au droit commun s'ils ont sciemment distribué des livres, écrits, brochures, journaux, dessins, gravures, lithographies présentant un caractère délictueux.

Article 207.- Lorsque les renseignements obligatoires prévus par l'article 92 du présent Code n'ont pas été fournis dans une publication, l'imprimeur, le propriétaire du journal et le directeur de publication sont passibles d'une amende de deux cent (200) à cinq cent (500) mille francs.

Lorsqu'il n'aura pas été procédé au dépôt légal organisé par l'article 82 du présent Code, le directeur de publication est passible d'une amende de cinq cent (500) mille francs.

Article 208.- Sans préjudice des autres peines auxquelles la publication de l'article pourrait donner lieu, le directeur de publication est passible d'une amende de cent (100) mille à un million de francs, lorsqu'il refuse d'insérer dans les détails et délais impartis, les rectifications et réponses de toute personne nommée ou désignée dans son organe de presse écrite.

Les mêmes peines s'appliquent également aux cas prévus par les articles 99 et 185 relatifs respectivement à la communication audiovisuelle et à la presse en ligne.

Article 209.- Pendant la période électorale, si l'insertion n'est pas faite conformément aux dispositions de l'article 90 du présent Code dans les plus prochaines éditions, le responsable de l'organe de presse écrite sera passible d'un emprisonnement de deux à six mois et d'une amende de deux cent (200) mille à cinq millions de francs ou de l'une de ces deux peines.

Chapitre III.- Sanctions applicables à la communication audiovisuelle

Section première.- Sanctions administratives

Article 210.- En cas de manquement aux obligations prévues par le présent Code, ainsi que par les conventions et cahiers des charges, l'organe de régulation fait des observations ou une mise en demeure aux contrevenants, laquelle mise en demeure sera rendue publique.

En cas d'inobservation de la mise en demeure, l'organe de régulation donne un avertissement ou ordonne la suspension d'une partie ou de la totalité d'un programme.

En cas de récidive et en fonction de la gravité des griefs et la nature du service, l'organe de régulation prononce l'une des sanctions suivantes et en informe le Ministre chargé de la Communication. :

- avertissement ;
- suspension d'un (1) à trois (3) mois de tout ou partie des programmes ;
- réduction de la durée de l'autorisation d'exploitation de la licence de six (6) mois à un (01) an ;
- sanction pécuniaire de deux (2) à dix millions (10.000.000) francs CFA.

Ces sanctions peuvent être assorties d'une pénalité de cent mille (100.000) à cinq cent mille (500.000) francs CFA par jour de retard en cas d'inexécution d'une décision de l'organe de régulation.

Article 211.- Les sanctions sont prononcées dans le respect des droits de la défense après notification des faits qui ne peuvent remonter à plus de trois (3) ans. L'intéressé dispose pour répondre d'un délai maximum de vingt et un (21) jours et, en cas d'urgence, de dix (10) jours. L'organe de régulation dispose d'un délai maximum d'un (1) mois pour rendre une décision motivée et la notifier à l'intéressé.

Article 212.- Les décisions de sanction de l'organe de régulation peuvent faire l'objet d'un recours en annulation devant la juridiction suprême compétente en matière administrative.

Le recours n'est pas suspensif. Toutefois, une demande de sursis à exécution peut être introduite devant la même juridiction.

Article 213.- Par dérogation à l'article 9 de la loi n° 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique, les opérateurs peuvent saisir l'organe de régulation des pratiques anticoncurrentielles relevées dans le secteur de la communication audiovisuelle. L'organe de régulation rend une décision sur la réalité de ces pratiques anticoncurrentielles après avoir entendu l'ensemble des acteurs concernés. Sa décision peut être contestée devant la Juridiction suprême compétente en matière administrative.

Section 2.- Sanctions pénales

Article 214.- Quiconque aura prêté son nom ou emprunté le nom d'autrui, en violation des dispositions du présent Code, sera puni d'un emprisonnement de six (6) mois à deux (2) ans et d'une amende de deux (2) à cinq (5) millions de francs CFA. Les mêmes peines sont applicables à toute personne bénéficiaire de l'opération de prête-nom.

Lorsque l'opération de prête-nom est faite au nom d'une société ou d'une association, les peines prévues par les dispositions de l'alinéa premier du présent article sont applicables, selon le cas, au président directeur général ou au directeur général, au gérant de la société, à l'administrateur général du groupement économique ou à tout responsable de niveau assimilable.

Les mêmes peines sont applicables à toute personne ou gérant d'une société bénéficiaire de l'opération de prête-nom.

Article 215.- Est puni d'un emprisonnement d'un (1) à cinq (5) ans et d'une amende de dix (10) à trente (30) millions de francs CFA, quiconque aura exploité une entreprise ou un service privé de communication audiovisuelle sans la licence prévue à l'article 129 du présent Code.

En cas de récidive ou dans le cas où l'émission irrégulière aura perturbé les émissions ou liaisons hertziennes d'un service public, d'une société nationale de programme ou d'un service autorisé, les peines prévues à l'alinéa précédent sont doublées.

En cas de condamnation, le tribunal prononce la confiscation des installations et matériels.

Article 216.- Sont punis d'un emprisonnement d'un (1) mois à six (6) mois et d'une amende de deux cent (200) mille à deux (2) millions de francs CFA ou l'une de ces peines seulement, les personnes physiques et les dirigeants de droit ou de fait des entreprises de communication audiovisuelle, qui n'auront pas fourni les informations lorsqu'ils sont tenus de le faire.

La nature des informations visées à l'alinéa premier du présent article, ainsi que les personnes à l'égard desquelles cette obligation d'information existe, sont déterminées par des lois et décrets.

Article 217.- Est puni, d'une amende d'un (1) à cinq (5) millions de francs CFA, tout propriétaire ou exploitant d'une entreprise de communication audiovisuelle qui aura modifié, de quelque manière que ce soit, des équipements ou qui n'aura pas respecté les normes et spécifications, telles que prévues par les cahiers des charges et les clauses des conventions de concession.

Article 218.- Est puni d'un emprisonnement d'un (1) à cinq (5) ans et d'une amende de dix (10) à trente (30) millions de francs CFA, quiconque aura utilisé ou procédé à la fabrication, l'importation en vue de la vente ou de la location, l'offre à la vente, la détention en vue de la vente, la vente ou l'installation d'un équipement,

matériel, dispositif ou instrument non homologué pour la diffusion ou la réception de programmes audiovisuels.

Article 219.- Est puni d'un emprisonnement de six (6) mois à deux (2) ans et d'une amende de un (1) à cinq (5) millions francs CFA, quiconque distribue en fraude, à titre onéreux ou gratuit, des droits de l'exploitant du service, des programmes réservés à un public déterminé, qui y accède moyennant une rémunération versée à l'exploitant du service.

Article 220.- Est puni d'un emprisonnement d'un (1) mois à six (6) mois et d'une amende de deux cent (200) mille à deux (2) millions de francs CFA ou l'une de ces peines seulement, celui qui commande, conçoit, organise ou diffuse une publicité faisant, directement ou indirectement, la promotion d'un équipement, matériel, dispositif ou instrument non homologué.

Article 221.- La publication ou la diffusion des œuvres interdites ou non autorisées, même sous un titre différent, sont punies d'un emprisonnement de six (6) mois à deux (2) ans et d'une amende de un (1) à cinq (5) millions francs CFA.

Sans préjudice de l'application de la loi n° 2008-09 du 25 janvier 2008 sur le droit d'auteur et les droits voisins, la publication ou la diffusion des œuvres contrefaisantes, même sous un titre différent, lorsqu'elles sont faites sciemment, sont punies des mêmes peines.

En cas de récidive, le coupable est passible du double des peines prévues.

Chapitre IV.- La responsabilité pénale

Section première.- La responsabilité pénale des personnes morales

Article 222.- Les personnes morales, autres que l'Etat, les collectivités territoriales, les établissements publics et les agences d'exécution ou structures assimilées, sont pénalement responsables des infractions prévues par le présent Code, commises pour leur compte par leurs organes ou représentants.

La responsabilité des personnes morales n'exclut pas celle des personnes physiques auteurs ou complices des mêmes faits.

Article 223.- Les peines encourues par les personnes morales sont :

- l'amende dont le taux maximum est égal au quintuple de celui prévu pour les personnes physiques par la loi qui réprime l'infraction ;
- l'interdiction à titre définitif ou pour une durée de cinq (5) ans au plus d'exercer directement ou indirectement une ou plusieurs activités professionnelles ou sociales ;

- la fermeture définitive ou pour une durée de cinq (5) ans au plus d'un ou de plusieurs des établissements de l'entreprise ayant servi à commettre les faits incriminés ;
- l'exclusion des marchés publics à titre définitif ou pour une durée de cinq (5) ans au plus ;
- l'interdiction à titre définitif ou pour une durée de cinq (5) ans au plus de faire appel public à l'épargne ;
- la confiscation de la chose qui a servi ou était destinée à commettre l'infraction ou de la chose qui en est le produit ;
- l'affichage de la décision prononcée ou la diffusion de celle-ci soit par la presse écrite soit par tout moyen de communication au public par voie électronique.

Section 2.- La responsabilité en cascade

Article 224.- Au cas où l'une des infractions prévues à la section VI du chapitre IV du titre premier et du titre IV du livre troisième ainsi qu'aux articles 363 bis et 429 bis du Code pénal est commise par un moyen de diffusion publique prévu dans le présent Code, le directeur de publication, le responsable des programmes ou de l'information, le rédacteur en chef sera poursuivi comme auteur principal, lorsque le message incriminé a fait l'objet d'une fixation préalable à sa communication au public.

Lorsque l'une quelconque de ces personnes est mise en cause, l'auteur ou le producteur sera poursuivi comme complice.

Pourra également être poursuivie, comme complice, toute autre personne à laquelle les articles 45 et suivants du Code pénal sur la complicité seront applicables.

Article 225.- Lorsque l'infraction résulte du contenu d'un message, adressé par un internaute à travers un service de communication en ligne et mis par ce service à la disposition du public, dans un espace de contributions personnelles identifié comme tel, l'éditeur ou l'administrateur ainsi que le fournisseur d'accès voient leur responsabilité pénale engagée comme auteur principal, sauf s'il est établi qu'ils n'avaient pas effectivement connaissance du message, avant sa mise en ligne ou si, dès le moment où ils en ont eu connaissance, ils ont agi promptement pour retirer ce message.

Dans les cas prévus à l'article précédent et au présent article, les entreprises de presse employeurs sont civilement responsables des condamnations pécuniaires au profit des tiers.

Chapitre V.- De la procédure applicable aux infractions relatives à la presse

Section première.- La procédure en matière d'infractions commises par tout moyen de diffusion publique

Article 226.- La poursuite des infractions prévues à la section VI du chapitre IV du titre Premier du livre troisième du Code pénal aura lieu suivant les règles contenues dans le Titre III du Code de procédure pénale, intitulé « De la procédure en matière d'infractions commises par tout moyen de diffusion publique ».

Section 2.- La procédure relative aux autres infractions commises en ligne

Article 227.- Dans les cas prévus au présent Code et au Titre IV du Livre troisième ainsi qu'aux articles 363 bis et 429 bis du Code pénal et lorsqu'au cours d'une enquête ou d'une procédure d'instruction il apparaît nécessaire d'empêcher ou de faire cesser la diffusion de contenus contraires aux bonnes mœurs, attentatoires à la vie privée ou portant notamment une atteinte à l'honneur ou à la considération ou de tout autre contenu manifestement illicite, il est fait application des dispositions de la section 2 du Chapitre III du Titre III du Livre Premier du Code de Procédure pénale.

TITRE IV.- DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES

Article 228.- Les personnes ne remplissant pas les critères retenus pour avoir la qualité de journaliste ou de technicien des médias, au sens du présent Code au moment de son entrée en vigueur, et justifiant d'une expérience d'au-moins dix ans dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information au sein d'une entreprise de presse, peuvent acquérir la qualité de journaliste après passage devant la Commission de validation des acquis de l'expérience.

Article 229.- Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, organe de régulation au moment de l'adoption du présent Code, poursuit sa mission, jusqu'à l'installation du nouvel organe de régulation de la chaîne de valeur audiovisuelle.

Article 230.- Le simulcast est assuré pendant la transition zone par zone.

Article 231.- A compter de la date d'entrée en vigueur du présent Code, aucune autorisation d'exploitation de fréquences pour la diffusion des services de télévision analogique ne peut être délivrée.

Les dispositions de l'alinéa 2 de l'article 129 ainsi que celles de l'article 151 du présent Code ne s'appliquent pas à la convention liant l'Etat jusqu'à l'installation de l'opérateur de diffusion prévu à l'article 148 du présent Code.

Article 232.- Les entreprises de presse en ligne disposent d'un délai de six (6) mois pour se conformer aux dispositions relatives au domicile du fournisseur d'accès tel que prévu à l'article 178 du présent Code, à compter de son entrée en vigueur.

Article 233.- Sont abrogées toutes les dispositions contraires au présent Code, notamment la loi n° 96-04 du 22 février 1996, relative aux organes de communication sociale et aux professions de journaliste et de technicien ainsi que les articles 3 à 13 et les articles 19 et 20 de la loi n° 92-57 du 3 septembre 1992 relative au pluralisme à la Radiotélévision.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Dakar, le 13 juillet 2017.

Macky SALL

Par le Président de la République :

Le Premier Ministre,

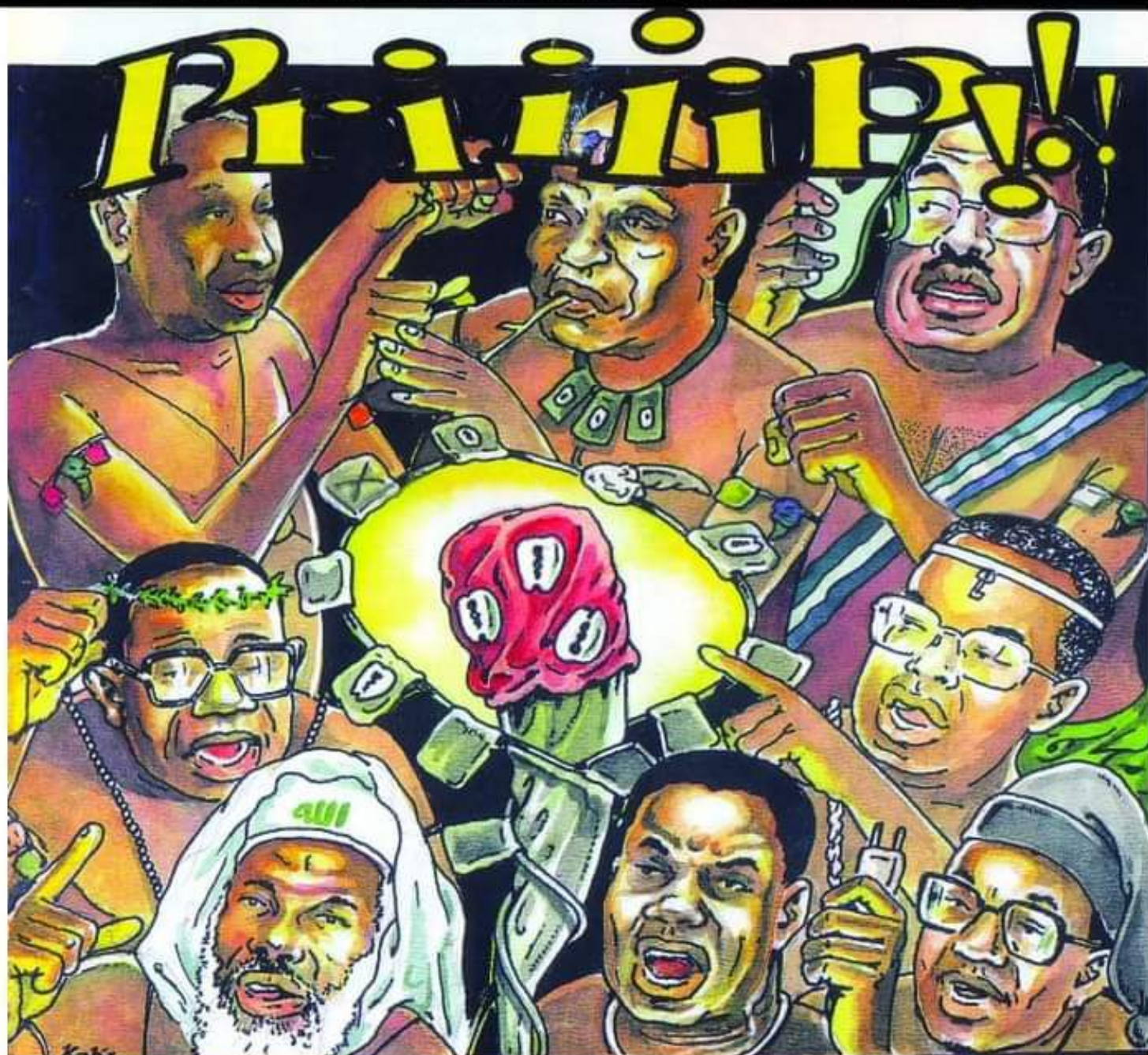
Mahammed Boun Abdallah DIONNE



N° 03

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 25 FÉVRIER 2000



Le GRAND «SONGOO»

LE JOURNAL **Lamb-ji** PRESENTE

LE NOUVEAU ROI DES ARENES

BANDE DESSINÉE POLITIQUE DES ELECTIONS PRESIDENTIELLES DU SENEGAL - ANNEE 2000

BD Hebdomadaire

Publication **SENCO 5**

33, Avenue Malick SY

Tél: (221) 823.41.31/822 56 06 DAKAR

Directeur de publication : **SALIF BA**

Coordinateur : **Dieng SALLA**

Dessins : **Malang SÈNE** et **Kab'a**

Textes : **Bachir DRAMÉ**

Commerciale : **Émilie DIAZ**

Conseiller : **Maguèye DIOUF**

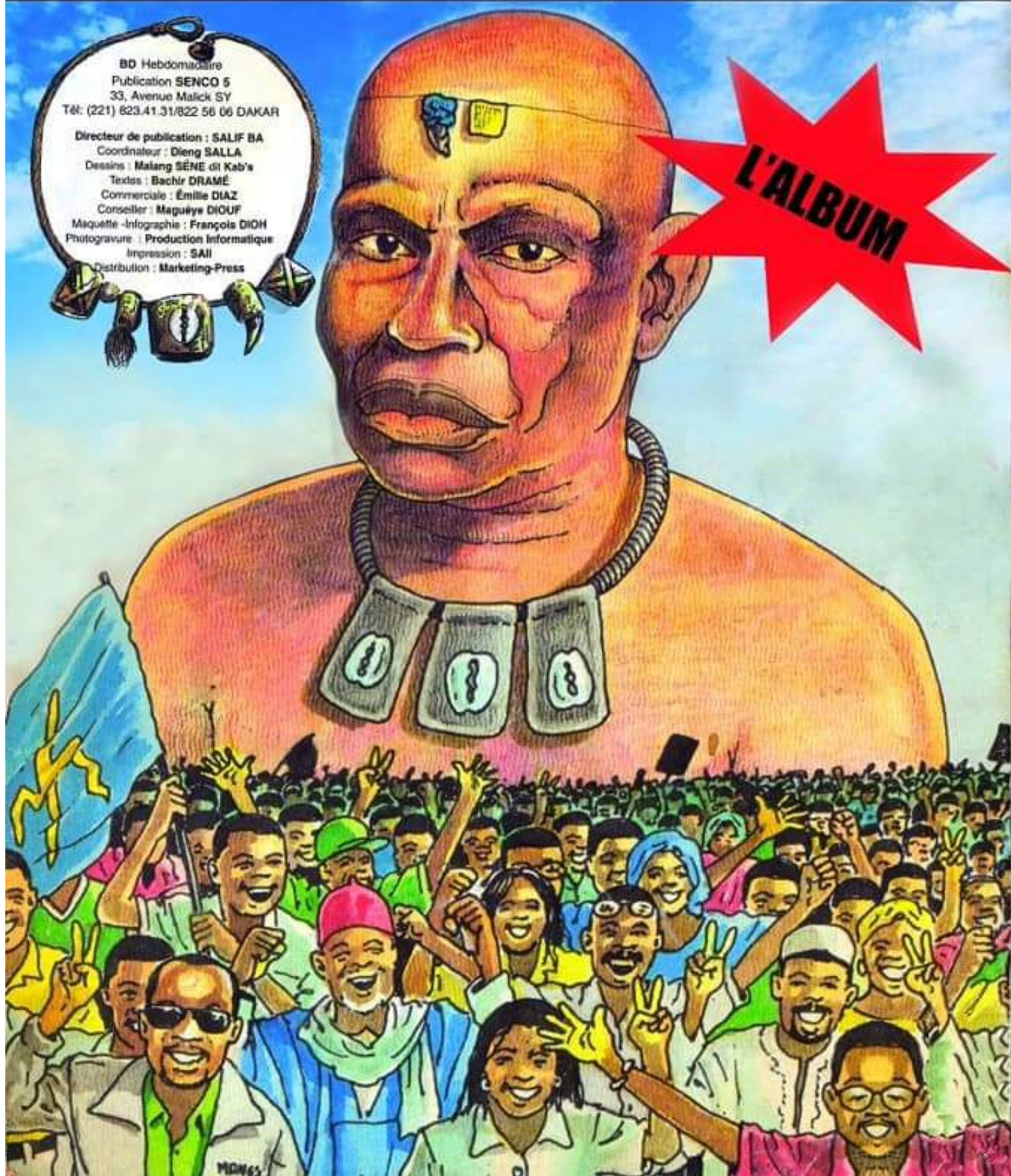
Maquette-Infographie : **François DION**

Photogravure : **Production Informatique**

Impression : **SAI**

Distribution : **Marketing-Press**

L'ALBUM





N° 02

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - PRIX : 300 CFA - 18 FÉVRIER 2000



Le GRAND «Lewatô»



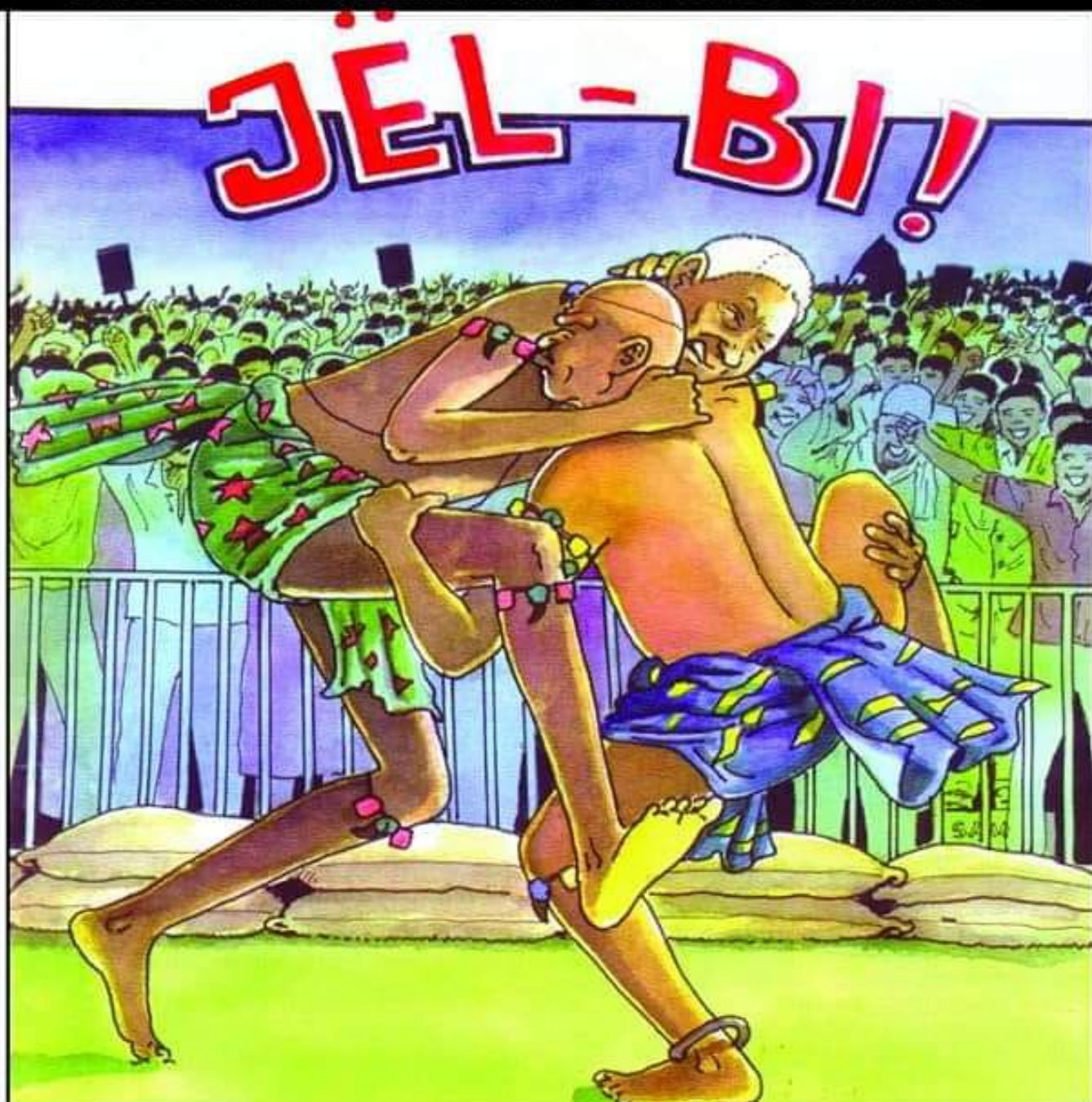
BD Hebdomadaire
Publication **SENCO 5**
33, Avenue Malick SY
Tél: (221) 823.41.31/822 56 06 DAKAR

Directeur de publication : SALIF BA
Coordinateur : Dieng SALLA
Dessins : Malang SÈNE dit Kab's
Textes : Bachir DRAMÉ
Commerciale : Émilie DIAZ
Conseiller : Maguèye DIOUF
Maquette - Infographie : François DIOH
Photogravure : Production Informatique
Impression : SAIL
Distribution : Marketing-Press

N° 04

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 03 MARS 2000



Le GRAND «SONGOO»



N° 01

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 11 FÉVRIER 2000



Le GRAND «Lewatô»



BD Hebdomadaire
Publication **SENCO 5**
33, Avenue Malick SY
Tél: (221) 823.41.31/822 56 06 DAKAR

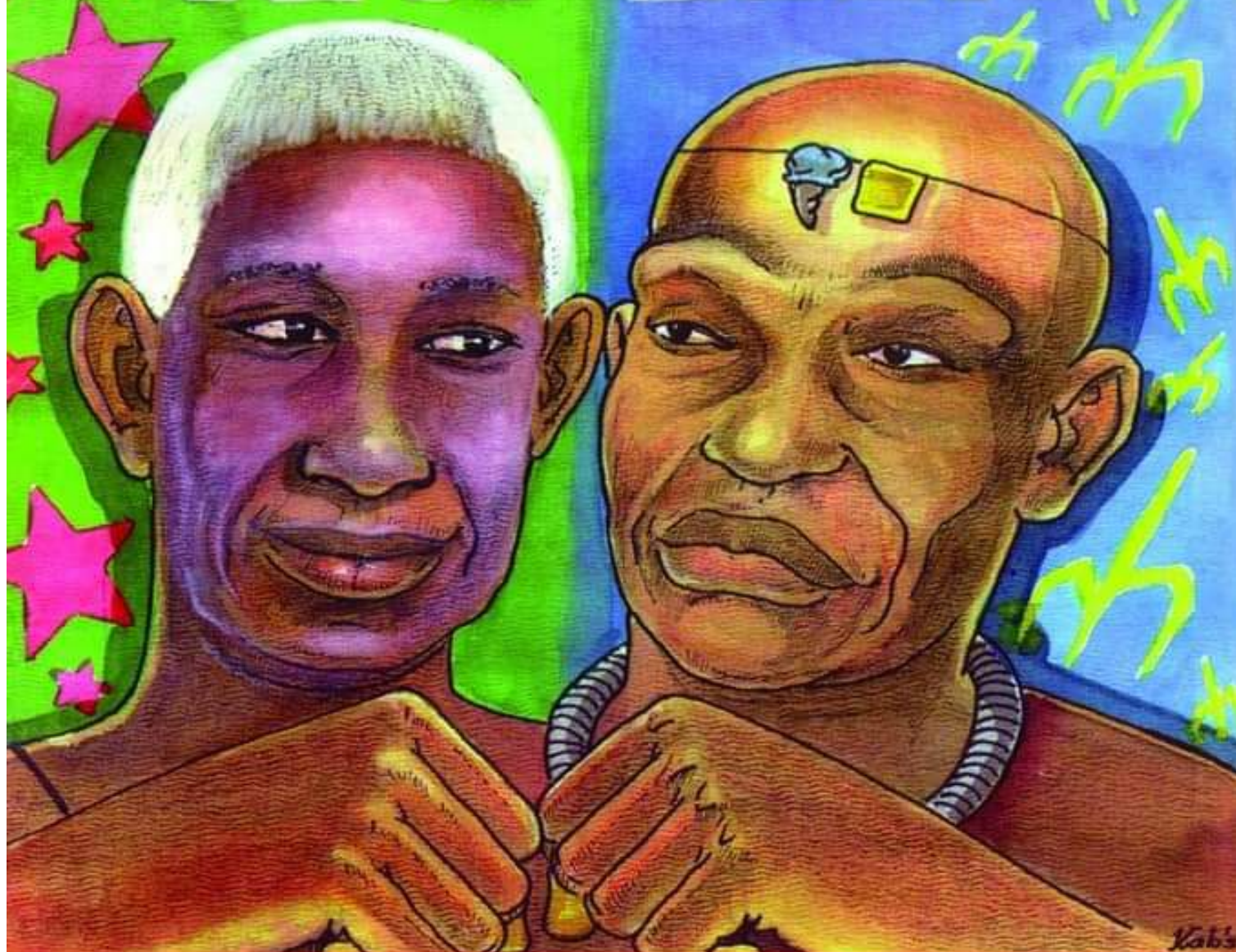
Directeur de publication : SALIF BA
Coordinateur : Dieng SALLA
Dessins : Malang SÈNE dit Kab's
Textes : Bachir DRAMÉ
Commerciale : Émilie DIAZ
Conseiller : Maguèye DIOUF
Maquette - Infographie : François DIOH
Photogravure : Production Informatique
Impression : SAIL
Distribution : Marketing-Press

N° 05

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 10 MARS 2000

NAY LEER



Le GRAND «JAKARLOO»

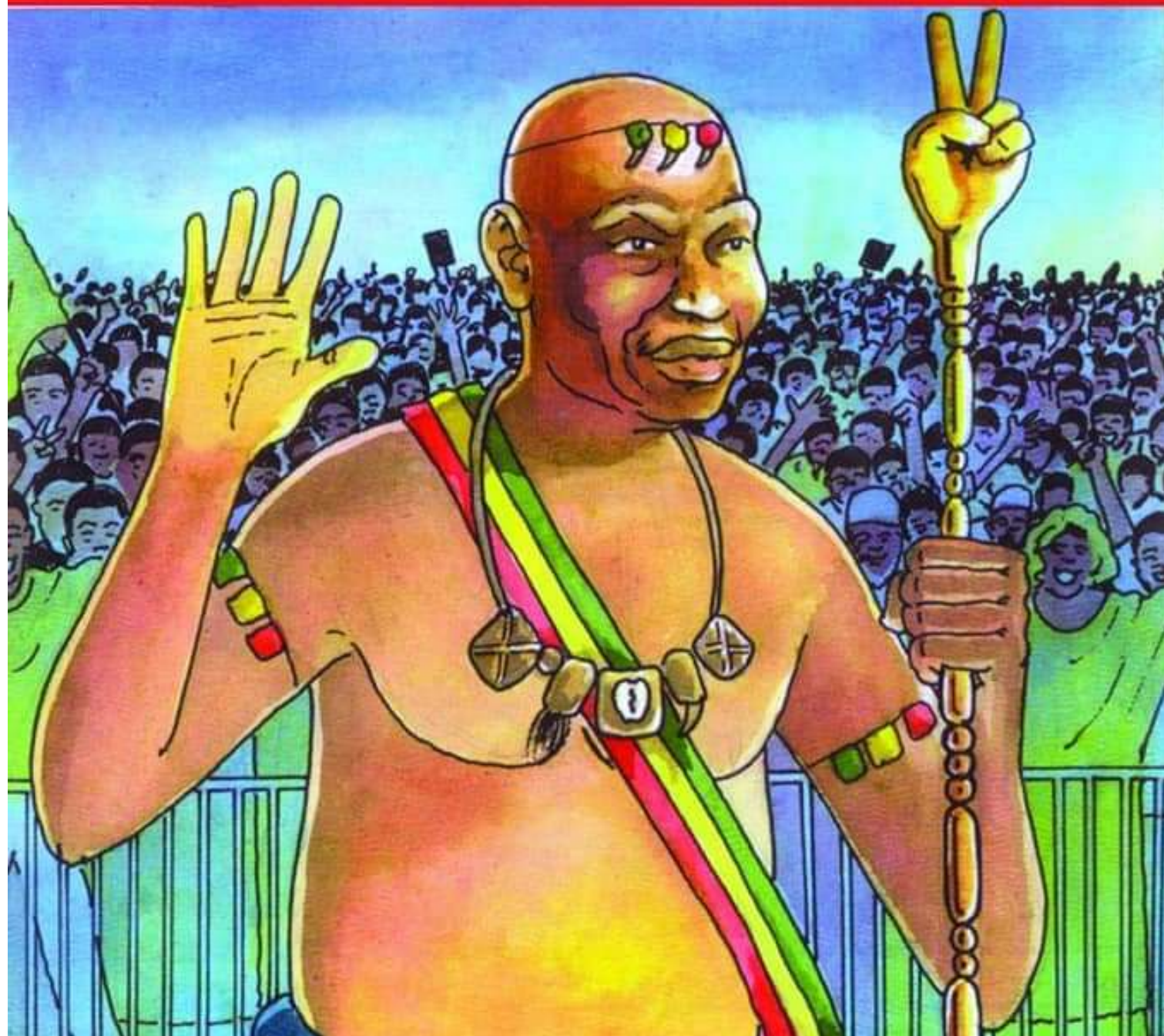


N° 09

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 07 AVRIL 2000

LE SACRE



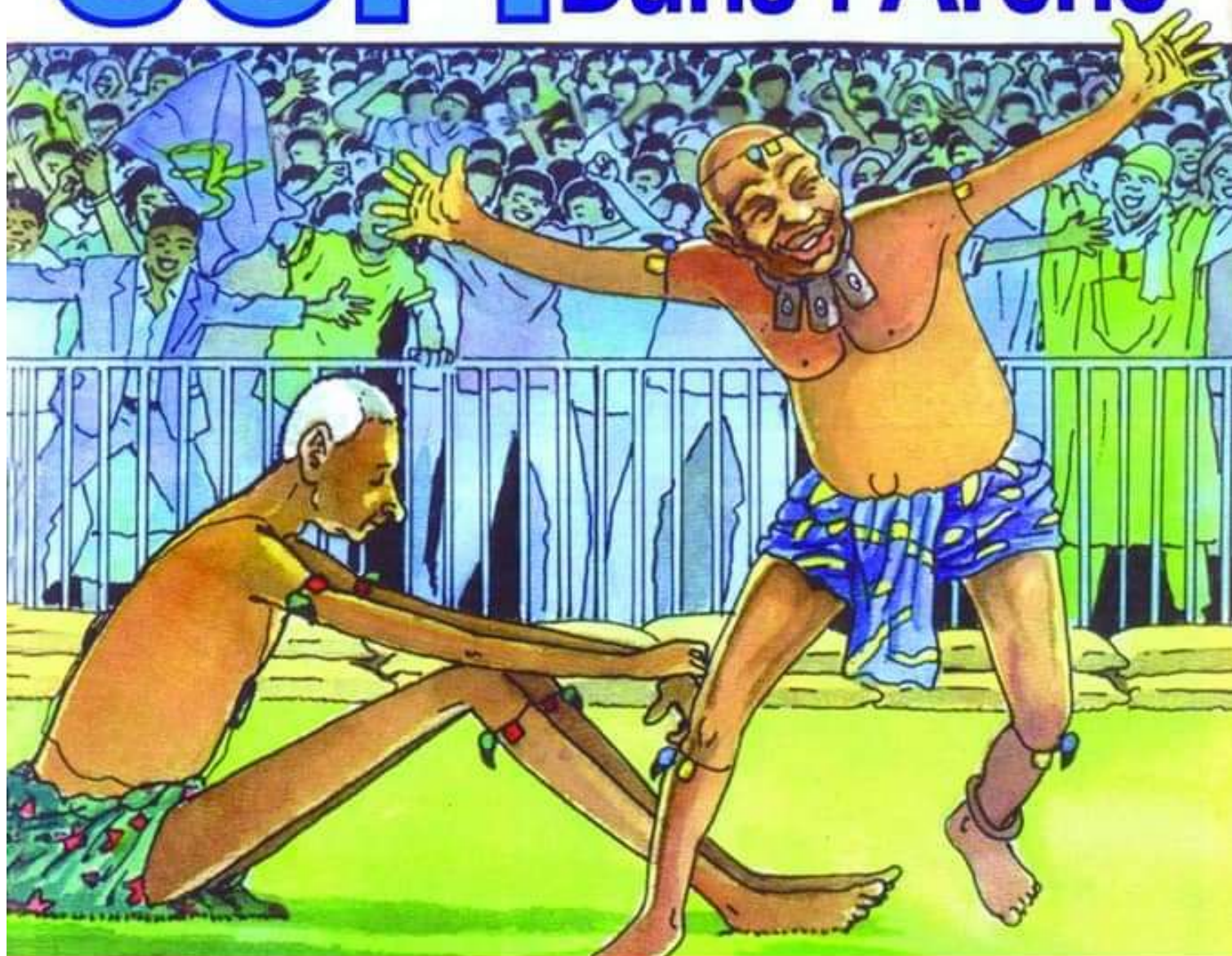


N° 08

Lamb-ji

BANDE DESSINÉE POLITIQUE HEBDOMADAIRE - ISSN N° 0851-2930 - 31 MARS 2000

SOP! Dans l'Arène



Leer na naññ !