

**Radiodiffusion et nouvelles technologies  
de l'information et de la communication (NTIC) :  
Usages, enjeux et perspectives**

**Saidou Dia**

Document préparé pour le projet de l'UNRISD  
"Les nouvelles technologies de l'information et de la communication  
et le développement social au Sénégal"

mai 2002



**L'Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD)** est une institution autonome qui entreprend des recherches multidisciplinaires sur les dimensions sociales de problèmes contemporains du développement. L'Institut est guidé, dans son travail, par la conviction qu'il est indispensable, pour définir des politiques efficaces de développement, de bien comprendre le contexte social et politique. L'Institut tente donc de donner aux gouvernements, aux organismes de développement, aux organisations de base et aux universitaires, les moyens de mieux comprendre comment les processus et les politiques de développement, que modifient la situation économique et sociale et l'environnement, affectent divers groupes sociaux. Travaillant par l'intermédiaire d'un vaste réseau de centres nationaux de recherche, l'UNRISD vise à encourager une recherche originale et à renforcer la capacité de recherche des pays en développement.

Le programme de recherche de l'UNRISD s'organise autour de cinq domaines: Politique sociale et développement; Démocratie, gouvernance et droits de l'homme; Identités, conflit et cohésion; Société civile et mouvements sociaux; et Technologie, entreprise et société.

Pour obtenir des publications de l'Institut, veuillez prendre contact avec le Centre de référence.

UNRISD  
Centre de référence  
Palais des Nations  
CH-1211 Genève 10  
Suisse

Téléphone: +41 (0)22 917 3020  
Fax: +41 (0)22 917 0650  
E-mail: [info@unrisd.org](mailto:info@unrisd.org)  
Internet: <http://www.unrisd.org>

Copyright © Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD).

Le présent document ne constitue pas une publication officielle de l'UNRISD. La responsabilité des opinions exprimées dans les études signées n'engagent que leurs auteurs et la disponibilité de telles études sur le site Internet de l'UNRISD (<http://www.unrisd.org>) ne signifie en aucun cas qu'il existe un soutien quelconque de l'UNRISD aux opinions qui y sont exprimées. Aucune publication ou distribution de tels documents ne peut être permise sans l'autorisation préalable de leurs auteurs, à l'exception d'un usage personnel.

Technologie de l'information et de la communication (TIC) essentiellement européenne au départ, la radiodiffusion a trouvé au Sénégal des conditions d'adaptation exceptionnelles qui lui permirent de s'imposer, au fil des années, à la fois, comme le moyen d'information et de communication le plus populaire, mais aussi, à cause de l'oralité de la société, comme le support moderne d'expression culturelle préféré des populations. Instrument de l'Administration coloniale à ses débuts, la radio connut, par la suite, des usages multiples. Elle fut progressivement investie d'un ensemble de « missions » liées aux divers enjeux politiques, économiques et culturels qui ont jalonné l'évolution du Sénégal. Les nécessités du parachèvement de la colonisation renforcèrent sa place au cœur du dispositif militaro-administratif de la France d'Outre-mer, grâce au pouvoir stratégique des « ondes courtes ».

Plus tard, les contraintes liées à l'Indépendance politique et aux exigences du « développement national » lui permirent de connaître une implantation populaire, confirmant ainsi son importance primordiale comme moyen majeur d'information et d'éducation des populations. En lui conférant cette importance au sein du système national d'information, les autorités octroyèrent à la radio les moyens de s'accommoder, à la fois, du développement spectaculaire d'une presse écrite dynamique mais trop élitiste et de la percée ultérieure d'une télévision nationale trop citadine.

L'apparition, au début des années 1990, des radios dites de proximité (radios privées de type commercial, radios communautaires ou de type associatif) annonce des ruptures profondes dans la tradition radiophonique et dans le système d'information national. Grâce à la « modulation de fréquence », ces radios améliorent la qualité de la diffusion et de l'écoute, facilitant ainsi le franchissement d'un palier supérieur dans l'évolution vers un plus grand professionnalisme.

Mais aussi et surtout le recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)<sup>1</sup>, en particulier le téléphone (fixe ou cellulaire) et l'ordinateur *multimédia*, crée les conditions d'émergence d'une radio plus conviviale et annonce l'avènement d'une plus grande « démocratisation » de la communication radiophonique.

En outre, grâce à Internet et au prototype de « radiodiffusion satellitaire » (*WorldSpace*), un nombre croissant de radios explorent, depuis quelques années, de nouveaux espaces visuels, sonores et écrits, dans la perspective d'une « conquête de communautés virtuelles » de plus en plus supranationales. Avec les NTIC, la radio a, en particulier, trouvé de nouvelles opportunités d'expansion et de diffusion à travers les supports numériques et analogiques.

Une des conséquences perceptibles de la rencontre des NTIC et de la radiodiffusion réside dans l'émergence d'un « nouveau paradigme de la communication alternative », symbole concret de la volonté d'appropriation<sup>2</sup> par les populations d'une technologie de diffusion de l'information et de la culture dont elles se sentent de plus en plus proches. Grâce au téléphone (fixe ou cellulaire), l'auditeur est passé du statut de consommateur passif à celui de protagoniste actif des nouvelles mutations sociales, culturelles et politiques qui se déroulent sous ses yeux. L'autre conséquence réside dans les récentes mutations de la société sénégalaise. Ces mutations rendent compte de l'évolution progressive du Sénégal et de ses populations vers l'ère de « l'information et de la communication ».

Cette recherche examine les niveaux et modalités d'utilisation des NTIC par les radios et analyse l'impact de ces différents usages sur l'action quotidienne de ces médias auprès des auditeurs et, au-delà, sur la place de la technologie radiophonique au sein du système d'information et de la société sénégalaise. Pour ce faire, nous avons utilisé, à la fois, l'analyse documentaire et l'exploitation de sondages. Outre les études universitaires, les rapports, les dossiers de presse et les différents témoignages d'experts et d'historiens sur la radiodiffusion et les TIC, nous avons également exploité la littérature grise disponible auprès d'instituts de formation aux métiers de la communication comme le CESTI (Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information) de l'Université de Dakar, d'ONG (telle que ENDA) et d'autres structures spécialisées comme l'Institut Panos. En plus des

---

<sup>1</sup> Nous empruntons à Alex Mucchielli (1998) la définition des NTIC : « les différents supports modernes tels que le câble, le satellite, les réseaux on line et les applications télématiques qui facilitent la circulation des idées et la mise en relation des données et des hommes. »

<sup>2</sup> Par appropriation, nous entendons « la capacité à accéder aux TIC et à pérenniser leur utilisation ».

sondages récents réalisés sur les radios et les TIC, nous avons également effectué, entre juin et juillet 2001, une enquête auprès de la RTS (Radiodiffusion et Télévision Sénégalaise), des radios privées de type commercial (*Sud FM, Walfadjiri FM, 7 FM, Radio Nostalgie, Radio Dunya FM, Soxna FM, Diamano FM et Radio Energie FM*), de type communautaire (*FM Santé Dakar*), ou de type associatif et communautaire<sup>3</sup>. Cette enquête a permis d'apprécier le niveau d'équipement des stations en TIC (téléphone fixe et mobile, ordinateur et site *Web*), d'appréhender le degré et les modalités de leur utilisation par ces radios et d'évaluer leur impact sur leur travail quotidien et, enfin d'analyser les contraintes rencontrées par ces dernières dans l'utilisation de ces différents outils.

Toutefois, cette étude est inséparable d'une analyse de la radiodiffusion elle-même, perçue comme une TIC<sup>4</sup> dont l'évolution révèle de nombreuses similitudes avec celle des NTIC, en particulier Internet.

## **Le contexte**

### **Le pluralisme radiophonique**

#### *De la radio d'Etat aux radios indépendantes*

##### Naissance et croissance de la radio

À l'instar de nombreux pays africains, les débuts de la radio au Sénégal se confondent avec la mise en place, en 1911, du réseau radiotélégraphique de l'Afrique occidentale française (AOF) qui en a jeté les fondements. Ce réseau va avoir comme successeur le poste TSF colonial de Dakar en 1932 qui est exploité par un personnel militaire essentiellement d'origine européenne. Toutefois, on ne pouvait encore parler de radiodiffusion de « masse », dans la mesure où l'exploitation privée de la TSF, à l'époque, rendait celle-ci inaccessible au grand nombre. En effet, à ce stade, la radio est un système de transmission de messages codés à usage exclusivement administratif et militaire. Sous cet angle, il répond au profil classique d'une technologie « étrangère » au Sénégal et à ses habitants.

La radio, au sens moderne du terme, ne fait son apparition qu'en 1939, à la veille de la Deuxième Guerre mondiale, avec la création de la station *Radio Dakar* qui, tout en continuant à assurer les écoutes spéciales à caractère militaire, diffuse les premiers bulletins d'information.

Toutefois, jusqu'en 1957 et malgré quelques rares productions en « langues vernaculaires », on ne peut pas parler de radio véritablement sénégalaise : Radio-Inter-AOF comme Radio Saint-Louis, qui se contentaient de relayer les dépêches de l'Agence France Presse (AFP) et les émissions de Radio Paris, ne faisaient nullement écho des événements agitant la vie politique sénégalaise de l'époque. À cela s'ajoute le fait que les rares postes récepteurs, disponibles sur le marché, étaient vendus, en priorité, aux chefs de provinces et aux conseillers privés du gouverneur.

On voit ainsi apparaître les premières similitudes entre la radio et Internet. En effet, comme le souligne Sagna (2001 :5-6) « *L'écrasante majorité des émissions sont d'inspiration française dans leur conception, leur contenu et leurs formes de diffusion. L'audience se limite principalement à la population européenne et à ce que l'on appelle à l'époque les évolués et, géographiquement, c'est un phénomène urbain voire essentiellement dakarois* ». De plus, en 1952-1953, 27 des 32 maisons qui commercialisent les postes de radio sont localisées à Dakar « *chiffre que l'on peut comparer aux 12 fournisseurs d'accès Internet sur 13 qui sont concentrés à Dakar* » (Sagna 2001 : 6). Enfin, entre 1960 et 1964, le nombre de récepteurs radio passa de 125.000 à 180.000, en raison de la suppression de la taxe radiophonique intervenue en 1962 (Dia 1987 : 165). À partir de 1962, la radio renforça son audience, grâce aux 150 postes d'écoute collective dont la mise en place dans les sept régions administratives du pays est censée assurer l'animation et l'éducation des populations.

---

<sup>3</sup> Celles-ci sont regroupées au sein de l'ARPA : *Radio Oxy-Jeunes* (de Pikine), *La Côtère FM* (de Joal), *Radio Penc Mi* (de Fissel), *Radio Niani FM* (de Koupentoum), *Radio Jiida* (de Bakel), *Radio Jeeri FM* (de Keur Momar Sarr), *Radio Gaynaako FM* (de Namarel) et *Radio Awagna FM* (de Bignona).

<sup>4</sup> Parce que « *support moderne facilitant la circulation des idées et la mise en relation des données et des hommes* », la radio peut également être considérée comme une « *technologie de l'information et de la communication* » (TIC). Voir Muchielli (1998).

## Les débuts de la radiodiffusion moderne

Créée pour les besoins de la Deuxième Guerre mondiale, *Radio Dakar* disposait d'infrastructures peu performantes et d'un statut peu cohérent. Toutefois, à partir de 1946, des mesures allaient être initiées en faveur de l'information radiodiffusée. Cette « première » en matière de radiodiffusion poussa les autorités à créer en 1952, à Saint-Louis, alors chef-lieu du territoire du Sénégal, un service d'information et un centre de radiodiffusion, inaugurant ainsi, comme on l'a mentionné plus haut, le début des productions locales.

Si, au lendemain du second conflit mondial, la radio connut une évolution significative comme technologie de diffusion de l'information, son accessibilité demeura toutefois limitée. Ce média resta destiné aux seuls alphabétisés en français : 90 à 95% des émissions étaient diffusées en français et leur contenu militait beaucoup plus en faveur du développement de « l'esprit communautaire » que pour l'éclosion et la promotion véritables des civilisations et cultures locales. Et cela, même si des programmes locaux (évoqueries historiques, notamment) étaient diffusés en langues locales (*wolof, pulaar, soninké*) ou africaines (*mossi* ou *bambara*).

## La SORAFOM et les enjeux de la chaîne fédérale Radio Inter-AOF

L'importance stratégique de la radiodiffusion dans l'évolution politique, sociale et culturelle de la colonie du Sénégal fut assez vite perçue par les autorités coloniales. Le développement de ce média y accusait un retard considérable par rapport aux territoires coloniaux anglais. Il en est de même dans les autres territoires du groupe AOF. L'opinion des populations autochtones était devenue une préoccupation des parlementaires et autorités gouvernementales à Paris et, aussi bien en France que dans les colonies, l'importance de l'information allait revêtir une acuité certaine. D'où la mise en place de la Société de radiodiffusion de la France d'Outre Mer (SORAFOM).

Le Service des PTT du Sénégal, qui disposait du monopole de l'exploitation radiophonique, céda la place à un service fédéral de radiodiffusion placé sous l'autorité de la SORAFOM : ainsi Radio Dakar devint Radio Inter-AOF et acquit une compétence fédérale. Grâce à ce rouage institutionnel, la radio se transforma en un véritable outil d'information doté d'un statut de plus en plus précis et dont l'exploitation était désormais confiée à de véritables professionnels.

Une telle évolution permit ainsi à Radio Inter-AOF de jouer le rôle de maillon important du réseau français de radiodiffusion en Afrique, matérialisant, du même coup, la conception que Paris avait de la radio, perçue comme « un ensemble cohérent » susceptible de servir de lien entre les pays où celle-ci s'implantait et la métropole. Jusqu'à l'adoption de la loi-cadre du 23 juin 1956, la radiodiffusion disposa, au Sénégal, d'un statut métropolitain.

Toutefois, en 1957, le service de l'Information de la colonie fut rattaché au ministère de l'Intérieur et de l'Information dirigé pour la première fois par un Sénégalais<sup>5</sup>. Cette période fut, pour l'essentiel, caractérisée par la volonté des autorités de rendre la radio plus accessible aux Sénégalais et de conférer à l'information radiodiffusée une touche plus africaine. Dans la même mouvance, le décret n° 59-12 du 3 juin 1959 rattacha la radiodiffusion à la direction de l'Information qui dépendait du secrétariat d'État à l'Information, à la Radiodiffusion et à la Presse. Par ce moyen, de nouvelles missions furent assignées à la radio : « *faire connaître le Sénégal et les Sénégalais à l'extérieur, ouvrir de nouveaux horizons au peuple sénégalais, puis le tenir informé des activités du gouvernement* ».

## La radio post-indépendance

À partir du 1<sup>er</sup> mars 1960, le secrétariat d'État à l'Information fut remplacé par le ministère de l'Intérieur et de la Radiodiffusion. Deux ans plus tard, l'Information se trouva placée sous la tutelle d'un ministère autonome. De cette mutation naquirent les chaînes internationale et nationale de Radio Sénégal, au moment où la loi cadre n° 6524 du 9 février 1965 consolidait le monopole de la radio d'État sur la diffusion et la distribution de l'information.

---

<sup>5</sup> Il s'agit de l'avocat, M<sup>c</sup> Valdiodio Ndiaye.

Avec la création de la télévision, la radiodiffusion nationale est érigée<sup>6</sup> en Office de Radiodiffusion et Télévision du Sénégal (ORTS). L'article 3 de cette loi précise le monopole de l'État en ces termes : « *la diffusion à destination du public, sur l'ensemble du territoire national, d'émissions de radiodiffusion ou de télévision, constitue un monopole d'État confié à l'ORTS* ».

L'avènement de l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (ORTS), consécutif à la création de la télévision nationale, en 1973, annonce, pour la radio sénégalaise, une période de mutations majeures :

- au plan institutionnel, le monopole étatique se précise et se renforce sur la radio et la télévision qui acquièrent le statut de « médias d'État » ;
- au plan socioculturel, l'information audiovisuelle s'impose comme nouvelle composante de l'environnement de l'auditeur, avec comme conséquence, un bouleversement de ses habitudes et pratiques culturelles.

L'apparition de la télévision induit, surtout, une adaptation de la vocation et de la fonction culturelle de la radio - à travers les programmes - même si, au plan de son impact, la télévision était loin de connaître une implantation massive auprès du public.

En 1972, un sondage (Bureau Organisation et Méthode/IUT 1972) révèle que « *l'écoute radiophonique est particulièrement forte* », confirmant ainsi la place centrale que le médium continue d'occuper auprès des populations. Cette « écoute » concerne également d'autres stations de radio étrangères, dont l'indice d'écoute, assez significatif, crée les conditions d'une véritable concurrence avec Radio-Sénégal.

#### Radio Sénégal et la concurrence des stations étrangères

Parallèlement au redéploiement de la radiodiffusion nationale sénégalaise en direction des populations rurales, l'écoute radiophonique - surtout à Dakar - se caractérisait par la montée sensible d'une concurrence entretenue par certaines stations étrangères. D'après un sondage effectué en 1972<sup>7</sup> auprès de 2733 dakarois, plus de la moitié des auditeurs de *Radio-Sénégal* — soit 50,48% de l'échantillon — écoutent aussi des stations de radio étrangères, au nombre desquelles figurent quelques stations africaines : *Radio Gambie* (33,10%), *Radio Guinée* (28,55%), *Radio Mauritanie* (26,27%) et la station commerciale *Radio-SYD* (19,61%).

Pour l'ensemble de ces stations, un type particulier d'émission semble justifier l'intérêt des auditeurs : en effet, *Radio Guinée* est surtout écoutée pour ses informations (50%), *Radio Gambie* et *Radio-SYD*, principalement, pour leurs programmes musicaux (84,58% et 90,09%). Quant à *Radio Mauritanie*, aucune tendance précise ne se dessine : les auditeurs écoutent la station, aussi bien pour ses informations (30,54%) que pour ses programmes musicaux (34,13%).

*Radio-SYD* et *Radio Guinée* constituent deux exemples extrêmes, révélateurs de l'engouement particulier que certaines stations étrangères suscitèrent en 1970-1972 auprès des auditeurs sénégalais. La radio guinéenne était écoutée, pour l'essentiel, par les jeunes auditeurs (âgés de 20 à 25 ans), écoliers et étudiants pour la plupart, en quête « *d'informations plus complètes et au contenu politique plus élaboré* ». La *Voix de la Révolution* de Conakry symbolisait leur idéal révolutionnaire<sup>8</sup>. *Radio-SYD* constitue un exemple, à la fois paradoxal et original, de concurrence en matière d'écoute radiophonique. En effet, même si le nombre d'auditeurs de cette station-pirate<sup>9</sup> est relativement peu important (seulement 19,61%), en revanche, ses plus fervents auditeurs dakarois se recrutent, essentiellement, chez les Sénégalais (88,40%) contre 1,60% de Dakarois d'origine gambienne, majoritairement jeunes (55,20% ont entre 20 et 25 ans), attirés, principalement, par les programmes musicaux (90,09%).

---

<sup>6</sup> Loi 73-51 du 4 décembre 1973.

<sup>7</sup> Ce sondage a porté sur un échantillon de 2733 personnes comprenant 66,80% d'hommes et 33,20% de femmes parmi lesquelles 90,85% de Sénégalais et 9,15% d'étrangers, 86% de musulmans et 11% de chrétiens.

<sup>8</sup> En particulier après mai 1968, période d'effervescence politico-syndicale dans les écoles et à l'Université de Dakar.

<sup>9</sup> Station pirate gambienne, *Radio-SYD* diffuse ses émissions depuis 1970 en direction du Sénégal, à partir d'un émetteur situé au large de Banjul et d'un pylône installé sur un bateau mouillant au large des côtes scandinaves.

Ainsi, au moment où la radio se redéployait en direction des populations rurales, la concurrence de stations étrangères s'imposa comme une nouvelle donnée dans l'environnement radiophonique sénégalais : à côté de *Radio Sénégal*, un certain nombre de stations de radio de pays voisins bénéficient d'un indice d'écoute assez significatif auprès des auditeurs dakarois, en particulier. Loin de laisser indifférents les responsables sénégalais, la concurrence de ces stations étrangères allait conduire ceux-ci à opérer des réajustements significatifs. Outre le brouillage des émissions – en particulier celles de *Radio Guinée* –, les responsables de la radiodiffusion augmentèrent de manière significative la durée des programmes quotidiens : le volume des programmes journaliers de la chaîne nationale passa ainsi de 10 heures à 20 heures d'émissions.

## L'ORTS et son public

De 1973 à 1984, le public de l'ORTS manifeste vis-à-vis des différents programmes radiotélévisés nationaux<sup>10</sup>, d'un côté, le rejet d'une certaine hégémonie culturelle européenne — française en particulier — trop présente, selon lui, dans les informations et les programmes culturels proposés par la radio et la télévision nationales, de l'autre, la revendication d'une représentation plus équitable et suffisamment significative des diverses sensibilités politiques et spécificités ethno-régionales du pays, à travers les médias d'État (radio et télévision).

Ce sont là autant de signes d'une maturité de l'opinion publique sénégalaise mais aussi autant de preuves de son attachement à une véritable indépendance culturelle et aux vertus d'une démocratie politique, vécue et exprimée à travers les médias nationaux, en particulier la radio. C'est qu'au sein du paysage médiatique sénégalais la radio a renforcé sa place de moyen d'information le plus populaire.

## La radio et les autres médias

Malgré un foisonnement remarquable de titres et genres de publications, on ne peut parler de concurrence entre radio et journaux. Mieux, tout se passe comme si une naturelle complémentarité s'était instaurée entre ces deux types de médias. C'est que moins rapides en ce qui concerne le traitement et la diffusion des nouvelles, plus élitistes et plus doctrinaux au plan de leur vocation et de leur contenu que la radio, les journaux semblent avoir opté pour des rapports de complémentarité active avec la radiodiffusion. Ce qui se traduit par une exploitation commune des sources d'information (la radio et la presse écrite exploitent les mêmes dépêches d'agence et les mêmes communiqués officiels), des échanges respectifs de prestations<sup>11</sup> et une certaine « spécialisation » complémentaire, en ce qui concerne l'actualité régionale et sportive, même si les informations régionales et sportives sont traitées de manière plus exhaustive dans le quotidien national qu'à la radio.

Bara Diouf (ancien PDG du quotidien *Le Soleil*) note le 12 janvier 1987 dans les colonnes de ce journal que « *si les progrès techniques ont permis un développement considérable de l'audiovisuel au point que l'on peut, aujourd'hui, rester calfeutré dans son fauteuil et voir défiler sous ses yeux le spectacle du monde, cette donnée nouvelle n'en amoindrit point le rôle de l'écriture [...] de nos jours encore, le journal reste ce grand véhicule des idées, moins soumis que l'audiovisuel au gommage du temps qui dure...* »

Les rapports entre la radio et la télévision restent caractérisés, tout à la fois, par une certaine complémentarité et une concurrence feutrée. La première se manifeste, pour l'essentiel, par la diffusion des informations. Ainsi, la radio et la télévision sénégalaises exploitent les mêmes sources (dépêches de l'AFP, *Reuter*, APS, communiqués officiels<sup>12</sup>), même si, au plan de l'illustration de l'actualité, la télévision nationale, à la différence de la radio, dispose de nombreux atouts : images d'actualité reçues par satellite *Intelsat* et provenant des stations françaises (TF1, Antenne 2, FR3) ou d'agences privées comme AITV. Cette complémentarité est facilitée par l'appartenance de la radio et

---

<sup>10</sup> *Opération wax sa xallat* : étude relative aux moyens d'information, réalisée entre le 10 mai et le 10 juillet 1976 dans les régions du Fleuve (aujourd'hui Saint-Louis) et du Cap-Vert (aujourd'hui Dakar).

<sup>11</sup> Depuis plusieurs années, le seul quotidien de l'époque, *Dakar-Matin*, insérait dans ses livraisons, les programmes radio-TV. De même, depuis 1980, la revue de presse dominicale de *Radio-Sénégal* faisait de larges échos aux manchettes des principales publications de presse écrite, y compris les organes de presse de l'opposition politique.

<sup>12</sup> Ces communiqués diffusés *in extenso*, aussi bien par la radio et la télévision que par le quotidien *Le Soleil*.

de la télévision au même organisme : l'ORTS<sup>13</sup>, mais aussi et surtout par la « *politique générale coordonnée des programmes* » qui sous-tend l'organisation et le fonctionnement de celui-ci.

La complémentarité radio/télévision s'apprécie également au travers de la répartition des heures d'écoute des auditeurs et des téléspectateurs. Selon un sondage ORTS/Le Soleil<sup>14</sup>, « l'heure d'écoute préférée des auditeurs » est la tranche 12-14 heures, tandis que la télévision sénégalaise est surtout suivie de 21 heures à la fin des programmes. Selon les responsables de l'ORTS, « *C'est la preuve que l'auditoire sénégalais est particulièrement attentif à la qualité et à la régularité de l'information, qu'il place au premier rang des émissions radiophoniques et télévisuelles* » (Thiam 1985 :13). Si au plan de la diffusion des informations, la radio et la télévision se déploient de manière complémentaire auprès de leur public, il en va tout autrement en ce qui concerne les autres programmes, où une certaine concurrence feutrée semble marquer les rapports entre les deux médias.

Selon le même sondage ORTS/Le Soleil, cinq auditeurs sénégalais sur sept préfèrent regarder la télévision, à cause de « *la meilleure compréhension que celle-ci offre et l'attention soutenue que crée l'attrait de l'image* » (Thiam 1985 :12). La télévision fascine et, de surcroît, s'implante progressivement dans les foyers sénégalais, bénéficiant ainsi de conditions favorables pour soutenir la concurrence avec la radio, principalement dans le domaine des dramatiques, des films et certaines émissions de variétés programmés par la télévision nationale.

L'apparition du petit écran dans les foyers sénégalais a généré de nouvelles habitudes d'utilisation des deux grands médias audiovisuels auprès du public. Si dans le domaine de l'information, la radio et la télévision interviennent de manière plutôt complémentaire – la télévision illustrant, dans la soirée, une actualité dont la radio a déjà donné la primeur - en matière de programmes récréatifs et culturels, la télévision se pose de plus en plus en véritable concurrente de la radio. Toutefois, il s'agit « *d'une complémentarité de l'image et du son plus que d'une rivalité* ». D'après les responsables de l'ORTS « *le taux d'écoute de la radio demeure respectable car toute l'audience ne dispose pas d'un poste téléviseur* » (Thiam 1985 :10).

L'audience de la radio et de la télévision<sup>15</sup>

Sur les 500 personnes ayant répondu au questionnaire, 395 disposent d'un poste-radio (soit 79% de l'échantillon), dont 353 radios avec cassettes. De même, 25 personnes (50% de l'échantillon) possèdent un téléviseur noir et blanc et 123, un téléviseur couleur (24,5%).

L'écoute radio-télévisée varie selon le médium désigné. Le sondage révèle que 5% des personnes interrogées suivent seuls (ou à deux) la télévision, alors qu'une majorité se trouve par groupe de six voire plus (10 à 12) devant leur téléviseur. Cette donnée confirme l'usage collectif qui est fait de la télévision.

Ce phénomène est moins marqué avec la radio, en raison de la facilité d'acquisition du transistor et de sa plus grande maniabilité. Près de 72% des auditeurs (359 auditeurs sur 500) écoutent tous les jours la radio, contre 58% de téléspectateurs (278 sur 500). Dans leur grande majorité, les Sénégalais sont fidèles à la radio et à la télévision nationales, avec cependant une tendance nettement plus marquée pour la radio. La fréquence d'écoute des auditeurs confirme également cette tendance à l'avantage de

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=5\\_21461](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=5_21461)

