

**Les nouvelles technologies de l'information
et de la communication et les personnels des médias**

Abdou Latif Coulibaly

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
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.

Cette étude a été menée dans un contexte caractérisé par un développement fulgurant des médias et une utilisation de plus en plus marquée par l'industrie de la presse des systèmes de communication par ordinateur. La croissance des technologies et services issus des avancées de l'informatique, de la microélectronique et des systèmes de télécommunication, l'impérieuse nécessité pour les entreprises de relever les défis de la productivité et de l'efficacité professionnelle, ont amené le monde du travail en général et celui de la presse en particulier à engager d'importants programmes d'informatisation de leur outil professionnel.

Au Sénégal, *Promotion* et *Le Politicien* ont été les précurseurs d'une presse privée plus crédible et plus professionnelle qui a émergé à la fin des années 1970. Elle a été le fruit de l'audace et de l'imagination de journalistes qui ont décidé de tourner le dos aux structures de la presse d'État soumises à la censure la puissance publique et à un contrôle laissant peu de marge aux professionnels dans l'exercice de leur métier.

Cette presse a été l'œuvre de professionnels disposant d'une expérience reconnue. Elle venait naturellement s'ajouter aux médias officiels : radio et télévision nationales, le quotidien gouvernemental *Le Soleil* et l'Agence de Presse sénégalaise (APS).

Cette « nouvelle » presse est apparue entre 1987 et 1993 comme une référence en Afrique francophone. En effet, les titres qui « pullulaient », pendant une période, à travers le continent ne se distinguaient pas par le professionnalisme de leurs auteurs.

Les mouvements de contestation sociale et politique ont contraint certains régimes totalitaires à plus de concessions. Cette lutte a été accompagnée par l'édition de journaux qui apparaissent comme des organes de lutte politique (titres des partis politiques) ou sociale (titres des syndicats). Là où les gouvernements disposaient de médias écrits et audiovisuels, leurs opposants se donnaient les moyens de prendre la parole à travers leurs journaux qu'ils ont eux-mêmes créés. Cependant, la multiplication des titres ne donnait aucune garantie à la qualité professionnelle de la presse.

C'est sur ce point que le Sénégal a été présenté comme un modèle en Afrique, surtout dans sa partie francophone. En effet, la presse sénégalaise n'est sous le contrôle direct d'aucune structure politique ou syndicale. Dans la presque totalité des cas, des investissements privés effectués par des citoyens n'ayant pas une appartenance politique connue ont donné naissance aux titres les plus significatifs.

Cette professionnalisation a permis une mutation notable de la presse sénégalaise. Pendant plus de trente ans, (de 1960 à 1992), il n'existait qu'un seul titre-quotidien au Sénégal. La mise en place de la presse privée s'est faite de façon graduelle. Elle a démarré avec la naissance d'une dizaine de titres hebdomadaires au sein desquels se distinguaient quatre organes : *Sud Hebdo*, *Wal Fadjri/L'Aurore*, *Le Témoin* et *Le Cafard libéré*. Entre 1992 et 1998, quatre quotidiens ayant tous une assise nationale ont été créés. Ils se partageaient le lectorat, avec le seul titre appartenant à l'État. Dans la presse écrite, le Gouvernement a perdu le monopole absolu qui constituait un handicap majeur pour l'épanouissement de la société démocratique. Cette concurrence a obligé l'État à accepter une « libération » partielle des journalistes exerçant dans son titre-quotidien. L'alternance politique au sommet de l'Exécutif, intervenue en mars 2000, a renforcé cette libéralisation.

Aujourd'hui, la presse quotidienne produit entre 60 000 et 150 000 exemplaires. En moyenne, 10 Sénégalais sur 100 lisent un quotidien par jour. On est très loin des taux notés en Europe du Nord ou aux États-Unis. Mais ce ratio apparaît comme excellent par rapport à beaucoup de pays d'Afrique.

L'avantage de la presse sénégalaise, comparativement à celle de nombreux pays africains, francophones notamment, procède de son organisation et du niveau de formation de ses principaux acteurs. Au plan organisationnel, la presse s'est structurée pour bâtir des entreprises qui gèrent les productions avec des règles applicables aux activités économiques modernes. Les entreprises les mieux organisées sont structurées en groupes multimédia.

Le *Groupe Sud Communication* est l'entreprise leader dans le domaine des médias privés. Il édite un quotidien (tirage moyen de 20 000 exemplaires/jour) dont le taux de vente varie entre 83 et 96% dans la région de Dakar et 7% dans le reste du pays (source). Cette entreprise dispose d'un réseau radiophonique qui compte sept stations. La station-mère est basée à Dakar. Cinq autres stations sont implantées dans les cinq premières villes de l'intérieur. Le *Groupe* a développé un volet « extension

internationale » qui lui a permis d'obtenir une licence de diffusion radiophonique à Banjul, capitale de la Gambie. Il a également mis en place une maison de production audiovisuelle qui réalise des documentaires et reportages en Afrique. Ces productions sont vendues principalement aux télévisions européennes et aux banques d'images.

Après *Sud Communication*, *Wal Fadji/L'Aurore* se positionne avec la production et la mise en ondes d'une station de radio FM et la mise en circulation d'un titre-quotidien de qualité qui tire entre 10 et 15 000 exemplaires. Le titre a été primé en 1998 au plan international pour son site Internet. Deux autres groupes émergent : *Com 7* et *Le Matin*.

Dans un souci de modernisation des médias, trois quotidiens nationaux disposent d'un site *web* et d'une publication tous les matins sur le réseau. Les pages développées par *Le Soleil*, *Sud Quotidien* et *Wal Fadji/L'Aurore* sur le *web* n'ont rien à envier aux plus grands journaux européens et américains en termes de création artistique et de contenus présentés.

Le journalisme *on line* tend à devenir un secteur important de la presse écrite. Un potentiel considérable de lecteurs existe pour ce produit car le Sénégal est une nation à forte émigration. La diaspora sénégalaise, présente en Europe et en Amérique, constitue, aujourd'hui, une cible privilégiée des journaux. Au-delà du marché des lecteurs, ce type de produit offre des possibilités d'annonces et de rentrées publicitaires importantes. Le marché des lecteurs, pour un journal comme *Sud Quotidien*, peut être estimé pour l'Europe à 150 000 internautes et à plus de 50 000 aux États-Unis. C'est pourquoi la direction de *Sud Quotidien* prévoit des abonnements potentiels de 15 000 lecteurs, ce qui équivaut au taux réel des achats quotidiens du journal au Sénégal. En termes financiers, un abonnement mensuel de 10 dollars américains pourrait rapporter jusqu'à 150 000 dollars. Le chiffre d'affaires annuel de *Sud Quotidien* est d'un milliard de francs CFA, soit, au taux actuel du dollar, 1 430 000, ce qui représente à peu près 10,49% de ce chiffre d'affaires annuel. Ces chiffres montrent l'importance de ce nouveau produit et expliquent les efforts fournis par le *Groupe Sud Communication*, pour développer son site, enrichir et diversifier ses informations.

Le quotidien gouvernemental *Le Soleil*, qui a gagné en qualité, a mis en place un portail de qualité. Ce site convivial qui est également interactif constitue une référence.

La radio constitue aujourd'hui le seul véritable média de masse et le moyen de communication le plus égalitaire au Sénégal. L'apparition des radios privées a été tardive, mais le mouvement prend aujourd'hui une ampleur considérable. Les radios constituent l'innovation majeure du paysage médiatique national. Elles utilisent largement les Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) pour réaliser des productions et les reportages qui surprennent par leur impact sur la société. Le point culminant de cet usage a été noté lors de l'élection présidentielle de février et de mars 2000.

En dépit du développement des médias, qui se distinguent par leur professionnalisme et la qualité de leur travail, la liberté de presse et la pratique du journalisme restent encadrées par des textes législatifs et réglementaires qui vident, par endroits, le principe de la liberté de son contenu et de son esprit¹.

Dans la loi du 22 mars 1979 qui s'inspire, entre autres, de la loi française du 29 juillet 1881, de la déclaration de Munich, relative aux droits et devoirs des journalistes de l'ancienne CEE, de la Charte africaine des Droits de l'Homme et des Peuples, le caractère répressif des anciennes dispositions a été fortement atténué. Cette loi élargit le champ de la communication sociale en prenant en compte le secteur de l'audiovisuel, les questions liées à l'éthique et à la déontologie (droits et devoirs des journalistes, respect de la clause de conscience...). Ce texte innove également de diverses manières : libre accès aux sources d'information, protection des professions de journalistes et techniciens de la communication sociale, respect du droit à la garantie du secret professionnel, liberté de création de journaux (assortie de la condition d'avoir pour directeur de publication un journaliste professionnel et une équipe rédactionnelle composée pour 2/3 de professionnels de l'information), éligibilité au fonds

¹ Ces développements s'inspirent des travaux de la Commission Nationale de réflexion sur la Réforme de l'Audiovisuel.

d'aide à la presse sur la base de la régularité, le tirage et la composition de l'équipe rédactionnelle, renforcement du dispositif répressif (avec notamment des sanctions contre le directeur de publication).

Avant la libéralisation des ondes, la confiscation du secteur de l'audiovisuel par le Parti socialiste, au pouvoir de 1960 au 19 mars 2000, a empêché la radio et la télévision d'être des outils performants pour l'instauration du pluralisme dans les médias électroniques. Le Syndicat des Professionnels de l'Information et de la Communication au Sénégal (SYNPICS), les formations politiques, les autres syndicats, les militants des droits de l'homme n'avaient pas manqué de dénoncer cette situation d'autant plus inacceptable que ces médias, financés avec les deniers publics, ne reflétaient pas les diverses sensibilités traversant la nation sénégalaise. À partir des années 1990, le pouvoir en place promulgue une série de lois visant à fixer les limites de la libéralisation du régime de la presse et à assurer, une sorte de « monopole tempéré »¹ de la presse.

La problématique de la liberté de presse est conditionnée par des facteurs internes et exogènes à travers le champ politique et les instances socioculturelles et économiques qui en constituent la trame. Depuis quatre décennies, le régime de la liberté de presse a été conditionné au profit exclusif d'un parti dominant. Les périodes de relative libéralisation du régime de la liberté de presse ont coïncidé avec la mise sur pied de gouvernements dits de majorité présidentielle élargie². À ces mesures sont venues s'ajouter la création d'un Haut Conseil de la Radio Télévision (décret du 25 mai 1991), transformé quelques années plus tard (1998) en un Haut Conseil de l'Audiovisuel avec des pouvoirs limités, et une absence d'indépendance vis-à-vis du Président de la République qui en nomme le Président et les membres.

Le caractère répressif du régime de la presse est accentué par les dispositions du Code de procédure pénale et du Code pénal qui criminalisent les délits de diffamation, d'injure publique, d'offense au chef de l'État, d'outrage aux représentants du Gouvernement, de diffusion de fausses nouvelles, d'atteinte aux bonnes mœurs, etc. Ces lois ont souvent été qualifiées par les journalistes sénégalais et leurs organisations syndicales (le SYNPICS et son prédécesseur l'Association nationale des Journalistes sénégalais dans les années 1970) de lois fourre-tout destinées à museler la presse et à la rendre moins opérationnelle dans ses investigations sur les dysfonctionnements des institutions publiques et les cas patents de corruption (Institut Panos 1993 : 34-35).

Comme tous les pays anciennement colonisés par la France, le Sénégal est hanté par le secret administratif. Ici, le droit à l'information est perçu par l'Administration³ comme une forme de contestation inadmissible et non comme un droit fondamental, celui du public à l'information dans le respect des limites imposées par la loi (notamment en matière d'accès aux "secrets d'État" ou aux dossiers dits sensibles relatifs à la Défense nationale, aux brevets d'invention, etc.).

L'Union des Journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO) note à juste titre : « la constante qu'on peut établir, après un survol de différentes législations (éparses du reste) est l'affirmation par tous les États (...) de leur attachement au pluralisme et à la liberté de l'information. Mais l'interrogation profonde de leurs corpus législatifs montre que ces derniers sont traversés par des dispositions très restrictives

¹ Ce sont la loi 79-44 sur la presse écrite et la loi 92-02 du 6 janvier 1992 créant la Radio Télévision du Sénégal (RTS) et venant modifier la loi 73-51 du 4 décembre 1973 portant création de l'Office de la Radio Télévision du Sénégal (ORTS).

² Cette formule politique sanctionne la participation de la plupart des partis d'opposition dans la gouvernance publique. Cette participation qui n'est pas précédée par la signature d'un programme commun de gouvernement

³ Dans un livret intitulé *Pouvoir Judiciaire et Liberté de Presse en Afrique de l'Ouest* (mars 1995), l'UJAO note que l'idée de départ qui nourrit une telle aversion pour libéraliser l'accès à l'information est que « tout ce qui touche à l'Administration est confidentiel ou présumé tel ». C'est ce qui explique notent les auteurs que le droit d'accès à l'information est perçu « comme une faveur accordée au communicateur et non comme un droit » (p. 52). En outre, les juges disposent d'une trop grande latitude pour punir les journalistes de peines d'emprisonnement arbitraires ou faire saisir les journaux indésirables. L'article 139 du Code de procédure pénale sénégalais dispose que « sur la réquisition écrite et motivée du ministère public, le juge d'instruction est tenu de décerner mandat de dépôt contre toute personne inculpée de diffusion de fausses nouvelles » ou divers autres délits de « diffamation » ou d'atteinte à l'honorabilité du chef de l'État, cette « honorabilité » n'étant pas définie par la loi, ce qui est une perversion grave au principe d'élaboration des lois qui intime l'obligation de définir le champ et l'objet des délits. La presse sénégalaise évolue donc dans un régime d'exception masqué qui entrave fondamentalement les libertés d'expression et de presse.

même si, par ailleurs, on note quelques avancées liées sans doute au changement du contexte » (UJAO 1995 : 6).

Ces avancées restent fragiles car l'État, le Gouvernement, la société civile et l'opposition assignent à la liberté de la presse et à la pluralité d'expression des notions qu'il convient de préciser davantage en se référant, le plus possible, au droit et à sa primauté pour tous. Ce droit, pour être juste, doit être équilibré, impartial et respectueux des valeurs culturelles¹. Une question difficile est toujours posée au Sénégal, comme ailleurs en Afrique : fallait-il maintenir le monopole hérité de la France coloniale ou établir un régime de liberté de la communication audiovisuelle ? Certains États ont choisi un régime de liberté. D'autres, comme le Sénégal, ont maintenu en revanche un tel monopole en y aménageant des dérogations.

C'est dans ce contexte (brièvement résumé) que cette étude a été menée. Celle-ci s'attache à reconstituer le processus d'implantation des NTIC et à analyser leur appropriation par les professionnels de la presse.

Problématique et contenu de l'étude

Cette contribution présente l'utilisation des systèmes de communication médiatisée par ordinateur (SCMO) par un échantillon d'entreprises sénégalaises. Elle inclut également un autre outil symbolisant le développement de la communication interpersonnelle : le téléphone portable. Elle rend compte aussi, de façon succincte, des besoins de formation provoqués par l'adoption des NTIC.

Cette étude offre un panorama des NTIC auxquelles ont accès ces entreprises. Elle décrit l'utilisation qui en est faite. Pour chacune, les avantages et les inconvénients ont été identifiés et nommés, et les résultats de cette utilisation ont été précisés.

L'étude s'inscrit dans le cadre théorique et global de l'informatisation du travail humain et, plus spécifiquement, du processus de production et de diffusion des informations par les moyens de communication de masse. La définition de ce cadre conceptuel et théorique s'intéresse aussi à la problématique de l'appropriation des NTIC. Pour comprendre cette problématique, il importe, selon Pélissier et Romain (1998), d'étudier comment les producteurs de technologies s'efforcent, en fonction de leurs propres objectifs, d'agir sur les représentations des utilisateurs de manière à orienter les usages de la technologie. Ces usages se construisent par interaction entre une logique d'offre et une logique d'utilisation (Vedel 1994). Cette interaction permet de ne pas survaloriser les mécanismes économiques et de prendre en compte les dimensions politique et symbolique des usages (Pélissier et Romain 1998). On retrouve ici l'essentiel de la pensée de Jacques Perriault (1989) qui considère que les rapports entre l'usage et la technologie sont dynamiques car supposant une confrontation interactive de l'instrument et de sa fonction avec le projet de l'utilisateur. L'utilisateur se trouve au nœud d'interactions complexes entre son projet, son désir profond et le modèle d'utilisation auquel il pense.

Les processus d'appropriation des NTIC par leurs utilisateurs et les effets d'une offre incertaine (car en constante évolution) doivent être pris en compte. Il en est de même des capacités d'adaptation et d'ajustement d'utilisateurs qui découvrent progressivement ces technologies.

Cette étude tente de rendre compte de cette interrelation en montrant en quoi l'introduction des NTIC dans les médias sénégalais a affecté ou non la pratique des professionnels. Ce faisant, elle vise à mieux comprendre leur impact. Sous ce rapport, se trouve posée la question de l'appropriation réelle et de l'adoption de ces interventions technologiques par les professionnels

Méthodologie

Les notions qui structurent l'étude méritent d'être précisées en vue d'une meilleure compréhension de la population cible. L'une des notions centrales est celle de personnel des médias qui regroupe deux catégories professionnelles. La première est celle des journalistes. Le journaliste est « la personne qui collabore à la rédaction d'un journal, à la production d'un journal parlé ou télévisé, en rapportant des faits, en les analysant et en les commentant ». Cette personne peut travailler à plein temps ou à temps partiel. Nous n'avons considéré dans cette recherche que ceux qui exercent ce métier de façon permanente dans un organe de presse, radio ou télévision. La deuxième catégorie regroupe les

¹ Commission nationale de Réforme sur l'Audiovisuel (2001 : 29-31).

techniciens assimilés par la loi aux journalistes du point de vue de la définition de leur statut légal. Il s'agit essentiellement des réalisateurs, agents de production, secrétaires de rédaction, monteurs et graphistes. Les postes de travail de tous ces personnels ont été particulièrement affectés par les NTIC.

Les populations concernées par cette enquête ont été sélectionnées dans quatre quotidiens de la presse nationale (*Sud Quotidien, Wal Fadjri/L'Aurore, Le Soleil, l'Info 7*), dans trois stations de radio (*Sud FM, Wal Fadjri/Fm, Chaîne nationale*), à l'APS et dans les stations régionales de *Sud FM* et de la RTS (Ziguinchor).

Nous avons opéré sur la base d'un échantillonnage de convenance en partant du principe selon lequel sur les 387 professionnels¹ exerçant dans les médias au moins 330 exercent à Dakar (soit plus de 90%).

L'échantillon sollicite 170 professionnels. Nous avons obtenu un taux de réponse de l'ordre de 40%. En d'autres termes, 76 personnes ont constitué la population enquêtée. Cependant, 62 questionnaires remplis sont utilisables. Le questionnaire d'enquête a été administré entre le 9 septembre et le 15 octobre 2000.

Pour conduire cette recherche, deux méthodes de collecte de données ont été utilisées : un questionnaire auto administré et un guide d'entretien. Les entrevues ont été conduites dans toutes les entreprises ciblées par l'enquête. Elles ont surtout concerné les responsables des médias, en particulier ceux qui assurent la gestion quotidienne des organes et décident de la politique d'équipement en matériels et outils informatiques. Il s'agit, en l'occurrence, des directeurs de publication, directeurs de radio, rédacteurs en chef et responsables des équipements informatiques. Parmi eux, 21 acteurs de cette catégorie ont été interrogés.

Avant de construire ces guides, nous avons d'abord procédé à une consultation individuelle dans les entreprises concernées pour nous renseigner sur leurs équipements (en particulier sur les méthodes et procédures d'acquisition) et les plans de formation en faveur des professionnels. Cette consultation a été complétée par des entretiens informels réalisés auprès de personnes exerçant dans les médias. La validation de ce guide a nécessité, outre le recours aux services de deux chercheurs spécialisés en matière de presse, la consultation de quatre journalistes et de deux techniciens audiovisuels

Pour construire le questionnaire d'enquête, nous avons recouru à la pré-enquête sur le terrain. Elle s'est déroulée auprès de onze professionnels dont sept journalistes et quatre techniciens travaillant tous à Dakar et à Kaolack. Il s'agissait, de dresser un portrait global des grandes orientations en matière d'équipement et d'appropriation des NTIC dans les entreprises de presse et de s'assurer du niveau d'utilisation de ces technologies et des obstacles liés à leur appropriation. Cette étape qui s'est déroulée sous forme d'entretiens libres avec une douzaine de professionnels a permis de tracer le cadre du questionnaire. Une première ébauche de ce document a été construite et soumise à l'appréciation de deux experts et à la validation de douze professionnels. La fidélité scientifique du questionnaire a été vérifiée à l'aide du test de Alpha Gronbach à la suite d'un dépouillement des douze questionnaires à l'aide du logiciel SPSS.

Les instruments ayant permis d'effectuer la collecte des données n'ont pas été soumis à tous les répondants au moment de leur élaboration. Il s'y ajoute le fait que les enquêtes de prétest ont été faites sur la base du volontariat, dans deux entreprises seulement.

Les limites de la recherche

Les limites sont dues essentiellement à la qualité des données et, dans de rares cas, à leur absence. Aussi, concernant l'évaluation des coûts et dépenses d'équipements en NTIC, n'avons-nous pas pu produire des données. La raison tient au fait que les personnes interrogées ne disposent pas d'informations à cet égard ou ne veulent pas les communiquer.

La problématique retenue a permis d'analyser le problème de l'intégration et de l'appropriation des NTIC par les personnels des médias sénégalais en favorisant une articulation entre les différents aspects de la question. Toutefois, elle a entraîné des inconvénients dans l'étude. La plus importante

¹ Recensement rendu public en mai 1999 lors du congrès du SYNPICS,.

est que les différents aspects du problème se trouvent parfois traités de façon globale. Chacun de ces aspects pourrait faire l'objet d'une étude plus approfondie. Aussi de pareilles limites suggèrent-elles d'autres directions de recherche sur l'appropriation des NTIC par les personnels des médias.

Les données recueillies par guide d'entretien

Le processus d'implantation

Un processus harmonisé et uniforme n'étant pas observé en ce qui concerne l'implantation des NTIC dans les médias, trois périodes peuvent être distinguées. La première concerne spécifiquement ce qu'on appelle l'âge des « quatre mousquetaires » : *Sud Hebdo*, *Wal Fadjri/L'Aurore*, *Le Témoin* et *Cafard libéré*. Cette phase (1985-1990) est marquée par l'apparition d'une presse qui a pu grandir grâce aux NTIC, le Macintosh en particulier. Avec les nouvelles techniques de mise en pages, les coûts de fabrication d'un journal ont baissé de l'ordre de 40%. C'est le constat fait par les responsables de *Sud Communication* et de *Wal Fadjri/L'Aurore* qui ont été les premiers à fabriquer un journal avec le Macintosh, en utilisant Quark Xpress et Pagemaker. Cette époque a largement fourni la preuve que les NTIC constituent de réels atouts pour le développement d'une presse libre professionnelle dès lors que l'environnement politique est favorable.

La seconde période, qui démarre au début de 2000, se signale par un engouement des entreprises de presse pour les équipements nouveaux. Ce boom a été favorisé par le développement d'Internet. Au-delà du phénomène de mode qu'on ne peut pas totalement exclure, on a noté une volonté d'adopter et d'exploiter toutes les possibilités offertes par les NTIC. C'est ce qu'affirment 93% des dirigeants d'entreprise interrogés au cours de cette étude. C'est au cours de cette période que 70% du matériel disponible actuellement a été acquis. C'est le cas pour *Le Soleil*, dont la rédaction a été totalement informatisée entre 1999 et 2000, ou de la RTS avec la mise en place de son matériel numérique grâce au concours du Gouvernement italien.

La période 1996-2000 est marquée du sceau de la pré-consolidation des acquisitions technologiques dans les entreprises de presse. Celles-ci veulent faire des avancées technologiques un moyen de développement des médias. Dans ce domaine, deux entreprises se distinguent par les programmes en voie d'exécution et élaborés depuis plus de trois ans : la RTS et *Sud Communication*. Les dirigeants de la société publique de radio télévision affirment que des investissements d'un montant estimé à 2 milliards de F CFA, seront réalisés sur des équipements numériques entre 2002 et 2005. Quant au *Groupe Sud Communication*, ce sont 800 millions de F CFA qui seront dépensés entre 2001 et 2004. Nous ne disposons pas de statistiques dans ce domaine, en ce qui concerne *Wal Fadjri*. On peut s'attendre, d'ici 2006 que des sommes importantes soient investies par les entreprises de presse dans les équipements technologiques. Elles sont estimées entre cinq et sept milliards de francs. La télévision sénégalaise bénéficiera des montants les plus importants.

Les résultats de l'enquête par questionnaire

Description des répondants

Les caractéristiques des répondants ont été étudiées à deux niveaux distincts : organisationnels et

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_21468

