



TRAITEMENT DES VIOLENCES BASEES SUR LE GENRE PAR LES MEDIAS AU SENEGAL

I- Contexte

Le paysage médiatique sénégalais a connu ces dernières années de fortes mutations. Du quasi-monopole des médias de service public (abusivement appelés « médias d'Etat ») des années 80-90, on est passé à un foisonnement extraordinaire des organes de presse privés après l'alternance politique de l'an 2000 tant au niveau de la presse écrite que de l'audiovisuel. Aujourd'hui on compte au Sénégal près d'une cinquantaine de journaux et magazines d'informations, une quinzaine de chaînes de télévision, plus de deux cent stations radios commerciales et communautaires et quatre distributeurs de services audiovisuels. Et selon le rapport CNRA de 2013, une dizaine de promoteurs de télévisions disposent aujourd'hui de fréquences hertziennes. Cette évolution trouve son origine dans des transformations politiques, sociales et économiques mais aussi dans des avancées technologiques majeures. La Télévision Numérique Terrestre (TNT) devrait être disponible à partir du mois de juin 2015. Sa mise en œuvre va permettre de disposer des dividendes numériques pour accroître la connectivité sur Internet de même que la réduction des tarifs appliqués dans ce secteur.

Le développement d'Internet et des TIC a favorisé l'essor de nouveaux types de supports comme les sites d'information, les réseaux sociaux et les blogs. Les médias sociaux offrent la possibilité aux lecteurs de commenter les articles et d'interagir entre eux. Il existe actuellement plus de cinquante sites d'informations au Sénégal. Ils sont de deux catégories. Il s'agit des sites qui appartiennent à des médias traditionnels (Télévision, radio, presse écrite) et d'autres qui ne sont disponibles que sur Internet. Parmi ces derniers, il faut souligner que certains disposent d'un personnel professionnel, producteur de contenus et des sites qui relaient les informations produites par les médias traditionnels.

En dépit de l'existence de contenus et de technologie, le secteur de la presse en ligne fonctionne sans un cadre juridique adapté. Depuis la lettre de politique sur la Société de l'information, l'Etat du Sénégal a travaillé sur un cadre institutionnel avec des instruments juridiques et des organes pour accompagner sa mise en place. Plusieurs textes de lois ont été adoptés dans ce sens depuis 2008 notamment pour ce qui concerne la cryptologie et les données électroniques à caractère personnel. Il existe d'ailleurs un renforcement de capacité des services de sécurité comme la police sur la cybercriminalité accompagné sur le plan organique par la création de la Direction pour la Protection des Données à Caractère Personnel (DCP). Cette direction a pour mission de protéger et d'accompagner les citoyens en matière de sécurité.

L'accroissement et la diversité de l'offre médiatique s'accompagne d'une redynamisation du mouvement associatif au sein de la corporation. Ainsi, à côté du syndicat des professionnels de l'information et de la communication (le SYNPICS), il faut noter ces dernières années l'émergence d'autres structures œuvrant pour la défense des intérêts des acteurs. C'est le cas de la Convention des Jeunes Reporters (CJR) créé en 2004, du Conseil des diffuseurs et éditeurs de presse du Sénégal (CDEPS) créé en 2008 et de

l'Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL) créé en 2011. En plus de leur rôle initial, certaines de ses structures comme le SYNPICS ou le CJR développent des activités de renforcement de capacités au profit de leurs membres.

Pour accompagner ce dynamisme professionnel, des réaménagements plus ou moins substantiels ont été observés au niveau du dispositif institutionnel de contrôle et de régulation des organes de presse. L'autorité de régulation, le HCA, s'est muée en CNRA afin de mieux jouer son rôle de garant de la bonne application des textes pour un plus grand respect des libertés individuelles et autres libertés des citoyens conformément à la constitution du Sénégal en son article 08.

Depuis sa création, cette institution fait des publications régulières sous forme de rapports annuels ou d'avis trimestriels qui renseignent sur les dysfonctionnements notés dans les programmes audiovisuels des différents organes de presse et préconisent des recommandations. Dans sa publication du premier trimestre de 2014 sont évoqués entre autres manquements :

« -Les émissions et programmes de divertissement, marqués par les danses obscènes, qui occupent l'antenne à longueur de journée (...)

-Les émissions qui relayent la violence dans le sport, particulièrement lors des « face à face » d'avant combats de lutteurs, des reportages sur les matches de football. La violence atteint des proportions telles qu'elles se manifestent même par des affrontements entre équipes de reportage rivales et concurrentes »

Le travail de cet organe est fort appréciable. Cependant, la faiblesse de son pouvoir coercitif plombe encore l'efficacité de son action et l'accomplissement de sa mission. Pourtant il dispose d'une panoplie de sanctions et mesures pouvant être prises pour le strict respect de la loi et des conventions. Même si des avancées notables sont observées depuis 2012¹¹, elle peine encore à imposer son autorité dans la scène médiatique sénégalaise. Et pour preuve, la plupart des manquements notés dans ses publications de 2014 figuraient déjà dans les documents des années précédentes.

Ainsi au regard des pratiques observées, il est possible de constater que malgré les efforts jusque-là déployés, le cadre légal et réglementaire en vigueur peine encore à s'adapter au nouveau contexte, notamment sur le plan du contrôle de l'activité médiatique. Des concertations sont menées depuis 2005 entre l'Etat, les acteurs du milieu et la société civile pour l'adoption d'un nouveau code de la presse sans succès.

Le système d'autorégulation a connu aussi quelques évolutions depuis 2009. Le Conseil pour le Respect de l'Ethique et de la Déontologie (CRED) est remplacé par le Comité

¹¹ Cela coïncide avec la nomination Babacar Touré à la tête de cette structure .

d'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie (CORED). Il s'agit d'un tribunal des pairs de « 07 sages » qui a pour mission de veiller au respect des règles d'éthique et de déontologie de la corporation. Mais l'adage qui dit que le journaliste ne croit qu'au tribunal de ces pairs ne semble pas véritablement opérer dans ces circonstances puisque les pratiques observables sont encore loin des changements escomptés. Les propos de l'actuel président Babacary Domingo Mané à l'occasion de la célébration de la journée de la liberté de la presse le 03 Mai 2014 semblent confirmer ce constat et sonnent comme un aveu d'impuissance :

« Il y a encore du chemin à faire. Beaucoup ne savent pas qu'il existe une charte des journalistes où il y a un certain nombre de droits et de devoirs (...) la pédagogie c'est surtout pour expliquer aux confrères que la complexité de la matière sur laquelle nous travaillons, fait qu'on doit s'armer, et que les Sénégalais doivent être indulgents, car il y a des brebis galeuses partout et pas seulement dans la presse »

Ainsi, il convient de noter que malgré la multiplication des organes de presse au Sénégal, des défis importants se dressent encore devant elle. L'environnement du secteur souffre de fortes carences liées à la précarité économique des organes de presse, aux manquements du cadre juridique et institutionnel, au déficit de formation des acteurs, au problème de définition et d'accès aux métiers de l'audiovisuel.

La forte concurrence et l'hypermédiatisation entraînent, aujourd'hui, une sorte de nivellement par le bas reléguant au second plan les exigences de respect des principes éthiques et déontologiques dans le traitement et la diffusion de l'information. La première des priorités de ces entreprises c'est des emplois à sauver et des marges à gagner et souvent au prix de pratiques à l'encontre de leur rôle traditionnel d'éduquer, sensibiliser et divertir les masses.

En plus, l'immixtion dans la sphère médiatique d'affairistes et de capitalistes plus motivés par le profit et la rentabilité de leur investissement tend de plus en plus à détourner les médias de cet objectif au profit d'impératifs économiques et personnels.

La forte concentration des groupes de presse au niveau de la capitale reste également une des contradictions majeures de la presse sénégalaise même si la situation tend à s'améliorer. La Radio Télévision Sénégalaise (RTS) dispose d'un réseau d'une vingtaine de stations à travers le pays et les groupes multimédias privés les plus puissants implantés dans la capitale ont chacun une dizaine, voire une quinzaine, de stations relais dans les régions. Mais la faiblesse des ressources qui leur sont affectées fait que leur programme est davantage axée sur la diffusion d'émissions à caractères musicaux, ludiques et le traitement des avis et communiqués. Les préoccupations locales en termes d'information et de sensibilisation sont faiblement prises en compte.

II- Approche théorique et justification de l'étude

Le phénomène médiatique a fait l'objet de nombreuses analyses et études notamment dans ses rapports avec la société et les phénomènes et acteurs sociaux. Mais c'est sans doute la relation *émetteur/récepteur* ainsi que les conditions de production et de réception des contenus médiatiques qui ont le plus retenu l'attention des spécialistes. L'une de leurs préoccupations fondamentales a été de démontrer comment de manière spécifique les médias peuvent influencer les comportements des publics.

C'est au début du 20^{ième} siècle, que ces travaux ont débuté notamment aux Etats Unis. En effet, le contexte de production et de consommation de masse et la résurgence des idéologies notées à l'époque ont suscité au niveau des élites politiques et commerciales américaines un réel désir de contrôle social sur les masses. Elles ont, ainsi, commanditées des enquêtes d'opinion qui ont permis de mesurer l'effet des messages médiatiques sur les publics. L'enquête G. Gallup effectuée en 1935 s'inscrit dans cette perspective. Son but principal était de mesurer l'impact du message publicitaire sur le consommateur acheteur assimilé au citoyen électeur. Ces recherches ont été à la base de la **théorie des effets** qui se présente sous deux variantes :

La première qui considère que les médias ont ***un effet direct et immédiat*** sur leurs publics s'est développée dans un contexte particulier marqué par une tendance bipolaire du système et des tensions manifestes ou latentes (les deux guerres mondiales et la guerre froide). Elle est défendue, notamment, par des penseurs de la Mass Communication Research² dont Harold D. Lasswell qui, dans son ouvrage *Propaganda technique in the world war* publié en 1927, considère les médias comme des manipulateurs et des instruments de propagande puisque de son point de vue, celle-ci n'est rien d'autre que la gestion des attitudes collectives par la manipulation des symboles significatifs. Partant de ce principe, il explique la victoire des alliés sur les puissances de l'axe par le bon usage que les premières nommées ont fait des médias tout au long de la première guerre mondiale. Ce principe a été développé par les penseurs de la psychologie sociale, *Gustave Le Bon* notamment (*Psychologie des foules* en 1895), par les behaviouristes John Watson avec le modèle du stimulus-réponse la théorie des reflex conditionnés, le savant Russe I. Pavlov qui assimile le message médiatique à une piqûre hypodermique. Mais l'un des plus ardents défenseurs de cette thèse reste Serge Tchakhotine qui publie en 1939 un ouvrage au titre assez évocateur : *Le viol des foules par la propagande politique*.

Cette thèse de la réceptivité directe a été pourtant mise en branle par des auteurs qui, tout en se réclamant de la même vision fonctionnaliste et empiriste, cherchent à en relativiser la directivité et la linéarité. Ils soutiennent au contraire que cet effet supposé des médias sur les publics n'est ni ***direct***, ni ***systématique*** encore moins ***immédiate*** mais plutôt ***indirect et limité***. Pour avoir une chance d'exercer de l'influence sur les comportements humains, les messages médiatiques doivent passer par des structures préexistantes et se combiner à d'autres facteurs plus déterminants. Dans son ouvrage ***People's Choice*** publié en 1944, **P. Lazarsfeld** démontre qu'en matière électorale, par exemple, l'influence des

²Courant de recherche en communication qui s'est développé aux Etats-Unis aux environs des années 1930 et dont les pères fondateurs sont Harold Lasswell, Pierre Lazarsfeld, Kurt Lewin et Carl Hovland

groupes primaires (familles, corporations, etc.) est plus déterminante que celle des médias. Il dit, par ailleurs, que celle-ci se fait selon un modèle de « flux à deux temps » qui veut que les contenus médiatiques touchent en premier lieu certaines personnes généralement plus cultivées et/ou plus influentes que les autres (**opinion leaders**) et il revient à ces acteurs de le transmettre au niveau des groupes sociaux (**followers**). Ainsi au principe de **l'exposition passive** des publics aux contenus médiatiques, il oppose le concept de **l'exposition sélective** des citoyens selon lequel les récepteurs ne sont pas acteurs passifs. Ils ont des capacités de discernement leur permettant de faire un tri et de suivre seulement les sujets qui les intéressent. Et généralement, ils sont plus réceptifs aux messages qui confirment leurs opinions personnelles, leurs convictions profondes. C'est le phénomène de la **dissonance cognitive** puisque selon Festinger,

« Lorsque la dissonance est présente, outre l'essai de la réduire, la personne évitera activement les situations et les informations qui sont susceptibles d'accroître la dissonance ». La personne s'exposera donc plus aux informations qui confirment ses propres convictions ».

C'est dans le même sillage que s'inscrit l'approche dite **phénoménistique** selon laquelle le média à lui seul ne peut pas modifier le comportement du récepteur. Son action est souvent en compétition avec celles d'autres forces et éléments plus proches du récepteur et mieux aptes à lui dicter son comportement. Il s'agit « *des prédispositions individuelles et du processus de perception sélective, des normes du groupe, de la dissémination des messages par des canaux interpersonnels, des options et de l'influence des leaders d'opinion* » Klapers (1960, dans *The Effects of Mass Communication*). Dans ce contexte, l'action des médias ne peut susciter un changement chez le récepteur que lorsque les facteurs ci-dessus cités soient inopérants (ce qui est peu probable) ou qu'ils soient favorables à la position défendue par les médias.

Les théories sur la réception du message médiatique en introduisant la notion d'**usage** vont encore plus loin dans la déconstruction du schéma verticale de persuasion et de l'idéologie de la culture de masse. Un des tenants de cette approche **Elihu Katz** propose un schéma d'analyse à rebours du modèle proposé par ce paradigme. Plutôt que de chercher à comprendre l'effet des médias sur les récepteurs, il se focalise sur ce que les publics font des contenus et supports médiatiques suivant leurs attentes, identités, ressources financières et culturels (sélectivité prospective). Une perspective qui redonne ainsi du pouvoir aux usagers et les place non plus en position de « **récepteurs passifs** » ou « **d'idiots culturels** » mais d'acteurs dynamiques dans le processus de construction de l'acte de communication. Pour **Everett Rogers** propose quant à lui une analyse globale du réseau de communication dans son ensemble qui met l'accent sur le contexte de diffusion du message et les interactions multiples qui s'y produisent.

Pour ce travail, nous comptons nous appuyer plus sur ces approches qui appréhendent la fonction sociale des médias et leur fonctionnement leur « opérativité sociale » pour utiliser le terme de **D. Woltone** non pas en termes de manipulation d'un récepteur par un émetteur mais d'une approche plus globale qui reconnaît le rôle de ce dernier dans l'acte

de communication. D'abord parce qu'elle prend mieux en compte la complexité du social et le poids réel de la dimension symbolique des sociétés contemporaines., Ensuite la perspective d'un « individu actif », « imprévisible » et « autonome » en termes de comportement (thèse feu de brousse) est plus pertinente si l'acte de communication analysé s'inscrit dans le cadre d'une action préventive contre un phénomène sociétal dont l'irruption ou l'amplification n'est pas souhaitée.

La modernité est certes à la base de changements sociaux comme les droits humains et la démocratie. Elle est tout autant porteuse de conflits politiques, économiques et sociaux. Ils se manifestent par des violences intégrés dans les structures sociales de même que les systèmes de reproduction des inégalités. La problématique des violences basées sur le genre (VBG) est aujourd'hui identifiée comme un phénomène social dont les facteurs de productions et les conséquences sont multiples..

Les médias sont devenus dans les sociétés modernes à la fois un système, un pouvoir et un moyen qui met en rapport l'ensemble des individus et des composantes. Ils produisent de l'information destinée à des récepteurs différents. Leur rôle consiste principalement à informer, éduquer et divertir les populations.

Comment traite-t-il la question des violences basées sur le genre ? Quels rôles peuvent jouer les médias et les technologies de l'information et de la communication pour prévenir les violences basées sur le genre ?

Hypothèses de recherche

Les médias jouent un rôle important dans la formation de l'opinion publique. Ils peuvent influencer les autorités à la prise de décisions politiques et au changement de comportement en informant sur les tendances du phénomène, les pratiques favorisant sa propagation et sur les nuisances au sein de la société. Ils peuvent enfin informer sur les mesures préventives contre le phénomène et les conditions de leur opérabilité à travers des programmes éducatifs.

Les medias et les TIC contribuent à rendre publiques les VBG.

L'implication active des médias dans l'action préventive à travers des programmes d'IEC ou d'une autre nature n'existe pas encore. Or, si elle est bien menée, elle peut participer à des changements positifs dans la lutte préventive contre les VBG.

Objectifs de la recherche

Cette contribution supposée des médias à la fois salutaire et décisive peut être effective que si l'environnement dans lequel évoluent ces supports, leurs finalités et moyen d'action cadrent avec cet objectif primordial. Ainsi, il s'agit de voir dans le fonctionnement actuel des médias, dans l'offre de service proposé, quel est le niveau de prise en charge, les aspects positifs et les manquements pour déboucher sur des propositions sous formes de recommandations visant la mise en place d'une démarche plus adaptée au contexte et --enjeux actuels. Mais cette étude ne peut occulter l'analyse des perceptions et réalités concrètes des consommateurs qui sont les réceptacles, les agents de changement et sans

lesquels, l'acte de communication ne peut être efficace. C'est là tout l'enjeu d'une approche globale de l'acte de communication et de l'activité médiatique dans une perspective de lutte contre les VBG.

Ce rapport vise à analyser les pratiques des médias sur les VBG ainsi que toutes les opportunités qu'ils présentent pour leur prévention. Cela s'insère dans l'objectif global du projet qui est de promouvoir la prévention des VBG à partir des TIC et des médias

Objectifs spécifiques

Entre autres objectifs poursuivis, ce rapport vise à :

- analyser la prise en charge le phénomène par les medias
- comprendre les effets de ce traitement sur les populations
- identifier les axes de prévention des VBG par le biais des médias

III- Méthodologie de la recherche

La méthodologie adoptée combine les approches quantitative et qualitative. La priorité est toutefois accordée à la recherche qualitative. Elle a permis de faire une analyse de contenu approfondi du traitement des VBG par les médias de même que d'identifier des axes et des stratégies locales de lutttes contre les Violences Basées sur le Genre au Sénégal. Elle est guidée par les principes de diversification et de saturation.

La recherche quantitative a été réalisée auprès d'un échantillon de 1200 individus interrogés dans les ménages³. Elle a couvert toutes les régions. Dans le cadre de ce travail, l'intérêt est porté sur les usages et la confiance des populations aux médias de même que les influences qu'ils peuvent avoir sur leur quotidienneté.

Collecte des données

En ce qui concerne la collecte des données qualitatives, Des entrevues ont été réalisées auprès des responsables des organes de presse (Directeur de publication, Rédacteur en chef, Coordonnateur de rédaction, responsable de programmes, directeurs de l'information, etc.) pour le recueil d'informations sur l'orientation éditoriale de l'organe, l'organisation de la rédaction, des informations générales sur la problématique des VBG et sa prise en charge par les médias au Sénégal et des orientations sur l'identité des acteurs susceptibles de nous donner des informations plus approfondies. D'autres entretiens ont été réalisés avec les acteurs les plus impliqués dans le traitement des VBG et les personnes ressources.

³ CF Questionnaire ménage, rubrique TIC et médias

Les organes de presse visités sont variés :

- **Presse écrite** : L'observateur, Le Populaire, Grand Place, Walf Quotidien, Sud Quotidien et Le Soleil
- **Agence de presse** : Agence de Presse Sénégalaise (APS)
- **Radios Commerciales** : Rfm, Zik fm, Walf fm
- **Radios Communautaires** : Dioko fm de Rufisque, Oxy jeunes de Pikine.
- **Télévisions** : Sen Tv, Walf TV, RTS
- **Magazines**: Nouvel horizon, Dakar Life

Ce recueil d'informations a été complété par une recension de journaux et le suivi des programmes au niveau des médias audiovisuels cités et l'enregistrement régulier des pages de sites d'information (Seneweb, Leeral, Facedakar...) et de réseaux sociaux.

IV- Analyse des données

L'analyse de contenu est adoptée dans cette étude car elle permet d'interpréter les informations à partir de catégories analytiques faisant ressortir des particularités.

La présentation des données se fait en deux parties. La première revient sur l'environnement technologique des ménages sénégalais et les perceptions des membres des ménages sur les médias. La seconde décrit les traitements médiatiques des VBG dans les organes visités lors de l'enquête. Elle analyse également la prise en charge, les insuffisances et les recommandations émises par les professionnels des médias pour leur meilleure implication dans la prévention contre les VBG.

Forte présence des outils technologiques dans les ménages sénégalais

Les outils technologiques sont fortement présents dans l'espace privé. Même si le salon, dans 46,2% des ménages, reste encore le principal lieu d'installation de la télévision, les chambres d'adultes célibataires (11,4%) et mariés (34%) sont aussi des lieux qui abritent des postes téléviseurs. La télévision est devenue un outil d'intimité. L'appariement de la télévision avec le vidéo scope et les lecteurs DVD permettent de disposer de contenus différents de ceux proposés par les chaînes de télévision. Aussi l'augmentation des chaînes de télévision et l'introduction de chaînes satellitaires rendent-elles difficiles le contrôle et la régulation des programmes audiovisuels.

Internet: la nouvelle donne ou le besoin d'éduquer aux TIC ?

18% de la population enquêtée a accès à Internet au moment de l'enquête. Parmi elle, plus de la moitié n'a accès à Internet que moins de 02 heures par semaine. Le principal motif d'utilisation de l'Internet des enquêtés est d'ordre professionnel. Ils l'utilisent aussi pour faire de la recherche et être actifs sur les réseaux sociaux. Les outils de connexion à Internet sont principalement les ordinateurs portables. Le téléphone portable et le smartphone sont des outils de connexion à Internet qui se développent rapidement et qu'il faut prendre en compte notamment chez les jeunes. Internet est un outil principalement utilisé par les jeunes qui peuvent le découvrir dans le cadre scolaire ou communautaire comme les cybercafés. Aujourd'hui, le téléphone avec le transfert de technologies comme la 3G est un canal important d'accès à Internet, comme le montrent ces données d'enquête :

OUTILS DE CONNEXION		
	EFFECTIF	POURCENTAGE
Téléphone portable/Smartphone	45	3,8%
Tablette	0	0%
Ordinateur portable	97	8,1%
Ordinateur de bureau	98	8,1%
Total	1200	

Source : GESTES / CRDI 2013

Il faut souligner qu'en dépit de l'adoption de plusieurs lois propres au secteur des TIC,

leur effectivité reste à vérifier notamment en ce qui concerne le contrôle. En tout état de cause, les enquêtes révèlent que l'usage d'Internet par les enfants n'est pas, le plus souvent, surveillé dans les ménages. En effet, cette modalité atteint un taux de 46%. Or, bien qu'Internet soit un espace de production de connaissances, de transactions économique et sociale, il est aussi un espace de production de violences et de contenus spécifiques destinés à un public adulte mais très accessible aux enfants.

Influence de la télévision sur les comportements

La réception du contenu est un élément fondamental pour comprendre le rôle et la place des médias dans la prévention des VBG. Même s'il existe une forte proposition de contenu cinématographique dans les médias sénégalais à travers notamment les *telenovelas*, les enquêtés estiment qu'il est sans importance alors qu'il récolte le plus faible score pour la modalité « Très importante ». Cette donnée se vérifie dans les propositions de contenu par les médias. En effet, une chaîne comme Sen TV ne propose pas de *telenovelas*. La production de contenus audiovisuels locaux commence à avoir de l'effet sur les comportements habituels des sénégalais autant dans les médias traditionnels que dans les médias sociaux. Il est possible de constater une forte corrélation entre les deux types de médias. La proposition de ces contenus sur Youtube permet de montrer l'affluence. La diversification du paysage médiatique sénégalais a effectivement un impact sur les contenus proposés et utilisés par les consommateurs. La série *Dinama nex* qui relate la vie de deux jeunes filles dans la capitale sénégalaise manifeste de l'intérêt que les populations ont pour la production locale. La production cinématographique est un moyen de changement des comportements des citoyens par la diffusion de messages. Cette action n'est toujours pas capitalisée par les politiques publiques en matière de sensibilisation des populations.

Pour revenir sur l'analyse de la production de contenus cinématographiques locaux, il faut signaler qu'elle reproduit les représentations sociales de genre et traduit les relations entre les hommes et les femmes autour de structures sociales.

Les trois types de contenus que les enquêtés jugent le plus comme étant « *Très important* » sont respectivement les émissions religieuses, l'information et l'éducation. Cependant, il est possible de constater une différence entre l'opinion de l'individu sur ce qui est important et son comportement. En effet, les émissions religieuses ont une faible audience auprès des enquêtés. Elle est de 14,6%. Cela peut aussi être lié au contenu qui est proposé. En effet, les émissions religieuses sont périodiques et régulières. Elles sont souvent diffusées les jours saints. Il s'agit des jours de fêtes religieuses ou les jeudi et vendredi pour les musulmans et le dimanche pour les chrétiens. La population enquêtée est majoritairement musulmane tout comme celle sénégalaise. Bien que les religions musulmanes et chrétiennes proviennent de situation de colonisation, elles sont adoptées dans les choix de consciences. Elles ont donc une influence sur les représentations sociales tout comme sur les pratiques.

Les enquêtés estiment à 54% que la télévision a une très forte et à 33% une forte influence

sur leurs comportements. Ils sont d'avis, en outre, que les contenus à caractère pornographique, sexuel et violent sont à interdire aux enfants. Il est vrai qu'il n'existe pas un mécanisme de protection visible pour les programmes de télévision en fonction des âges et des cibles. Comme, il est souligné plus haut, l'introduction des chaînes satellitaires rend plus difficile ce contrôle. Il y a également le fait qu'il existe un décalage horaire entre les autres pays abritant des chaînes de télévision captées par les ménages sénégalais qui implique que les programmes destinés aux publics adultes dans ces pays peuvent passer en heure d'affluence pour tous les âges au Sénégal.

Rôle des médias dans le traitement des vbg

A 93% la population enquêtée estime que les médias doivent relayer les informations sur les Violences Basées sur le Genre. Elle estime que le mode de traitement des VBG participe de façon significative à sensibiliser (70%), à informer (64%) et à éduquer (48%) les populations sur la question. Pour 44% des enquêtés ; les médias participent à la diminution du phénomène. Toutefois, ils sont 9% à estimer que les médias peuvent participer à la banalisation des VBG pendant que 11% des répondants croient qu'ils ont favorisé l'accroissement du phénomène. Ce qui représente des taux faibles par rapport à ceux qui illustrent l'utilité des médias dans la prévention contre les VBG. Cela montre la confiance des médias. De ce fait, la responsabilité morale et sociale des médias reste importante. Au-delà des affirmations et des statistiques, il faut aussi analyser le rôle des médias dans la prévention des VBG.

De manière générale, les populations montrent une grande confiance aux médias et aux technologies de l'information et de la communication. Comment ces derniers appréhendent-ils les violences basées sur le genre ?

Prise en charge des VBG dans les médias sénégalais

Les Violences Basées sur le Genre ne sont ni spécifiquement ni systématiquement prises en charge par les médias comme par exemple le sport, la politique, l'économie, etc. Mais comme pour d'autres faits de société, il existe au sein des rédactions des espaces qui permettent de les traiter selon leur importance par rapport à l'actualité nationale et/ou aux gains réels ou supposés qu'elles peuvent apporter aux organes. Si le phénomène a particulièrement intéressé les médias par ces derniers temps, c'est bien du fait de son incursion subite dans les débats publics nationaux avec la nomination du Président de la République comme Ambassadeur du Comité mondial de lutte contre les vbg.

L'enquête ménage effectuée dans le cadre de cette étude montre que les sénégalais dans leur grande majorité accordent une grande confiance aux médias comme outils d'information et de sensibilisation. Cette opinion est largement partagée par les professionnels des médias interrogés. Ils pensent à l'unanimité que l'implication des médias dans la lutte contre le phénomène est indispensable. Ils trouvent surtout leur action primordiale pour la prévention contre les VBG.

Au niveau de la presse écrite

Selon les journalistes interrogés, la presse écrite est le type de média où les cas de VBG sont le plus traités. L'analyse de contenu des coupures de journaux le prouve. Par exemple dans la semaine du 19 au 22 Mars 2013 pas moins de 23 articles ont été consacrés aux VBG dans les journaux concernés par l'étude.

Cependant, il n'y a pas de dispositif spécifique de prise en charge des VBG au niveau des organes de presse visités. Aucun service (desk), aucune rubrique n'est destinée *a priori* à leur traitement. En tant que fait de société, les cas de VBG apparaissent souvent au niveau des pages *Sociétés* des quotidiens et parfois dans les rubriques « *faits divers* » ou « *people* » lorsque le fait en question met en cause une célébrité.

Un journal comme *L'observateur* à ses débuts traitait les cas de VBG au niveau du desk « *Faits divers* » où l'accent était mis sur la description des faits. Mais pour donner « plus d'envergure » à ces faits et « mieux les traiter », la direction a jugé nécessaire de les inscrire au desk « *Sociétés* » dans lequel figurent d'autres rubriques dont « **Ma vie** », « **Confidences** », « **Le jour où...** »⁴ et « **Le fait du jour** » qui est une chronique judiciaire relative à une affaire ayant fait l'objet d'une audience publique au tribunal.

Au journal *Grand'Place*, il existe une rubrique « *Ainsi va ma vie* » au niveau des pages *Sociétés* qui relaye l'actualité judiciaire et qui traite souvent de cas de vbg. De l'avis du rédacteur en chef, cette rubrique permet également à des personnes qui ont vécu une histoire tragique, inédite de faire des témoignages. Entre autres, des violences conjugales et des viols incestueux y sont y sont déjà traités. La rubrique « faits du jour » de ce journal est consacrée aux chroniques judiciaires.

Au niveau du journal *Le Populaire*, c'est souvent dans la rubrique « Faits divers » que les VBG sont traitées. Contrairement aux autres organes où les « Faits divers » ne sont qu'une rubrique à l'intérieur du desk société, ici ils occupent un service à part entière. .

Au niveau des autres journaux de notre échantillon, les VBG sont le plus souvent traitées au niveau du desk « Sociétés ».

Nous avons relevé aussi qu'aucune des rédactions visitées ne dispose de journalistes exclusivement confiné au traitement des VBG. Même si certains d'entre eux peuvent être plus amenés à traiter les VBG que d'autres, ils n'en sont pas pour autant des spécialistes. Ce sont généralement les journalistes du desk « Sociétés » qui prennent en charge ces questions en y associant d'autres phénomènes de société. La presque totalité des journaux disposent de chroniqueurs judiciaires qui se chargent de traiter les audiences publiques des tribunaux et l'actualité judiciaire en général.

⁴ Les rubriques « Ma vie » et « le jour où » sont des espaces d'expressions pour les lecteurs qui peuvent raconter leur vie pour la première rubrique ou d'une partie marquante de celle-ci pour la seconde. Dans ces rubriques, aucun traitement journalistique n'est fait des propos de l'intervenant, on ouvre les guillemets et on les expose tel quels. De l'avis du rédacteur en chef : « ces deux rubriques ont été instaurées pour permettre aux populations de s'exprimer ou d'exposer leurs problèmes sociaux. C'est une façon pour nous de démocratiser l'information car tout le monde n'a pas la possibilité de faire une conférence de presse pour révéler au grand public une information ou partager son vécu. L'accès à cette rubrique est très facile. Il suffit d'appeler sur le numéro fixe de la rédaction et de venir faire son témoignage ».

Même si la grande majorité des journalistes interrogés reconnaissent une certaine spécificité aux VBG liée à la sensibilité de la question et aux tabous qui l'entourent, peu d'entre eux ont effectivement suivi une formation ou assisté à des sessions de renforcement de capacité sur le mode de traitement médiatique adapté aux VBG. Seuls deux (02) journalistes ont suivi une formation sur la question. L'un est devenu un administrateur au niveau de sa rédaction et n'intervient donc plus directement dans la collecte et le traitement des données, et l'autre a quitté le desk *Sociétés* pour intégrer celui des sports où le traitement des VBG n'est pas systématique.

La plupart des journalistes disent avoir été amenés à traiter des VBG par obligation ou nécessité de service au début. Ce sont les chefs de service qui définissent les tâches des stagiaires et l'avis ou les volontés de ces derniers compte peu sur leur prise de décision. Mais après quelques années d'exercice, c'est plus par conviction et par passion qu'ils le font. Ils disent n'éprouver aucune gêne à traiter les VBG. Au contraire, reconnaissent-ils, que cela leur procure plus de légitimité .

Par contre, ils perçoivent leur travail comme très risqué du fait des cas de vbg incriminant parfois des personnalités influentes. Quelques uns d'entre eux disent avoir reçu des menaces dans le cadre de leur travail. C'est le cas de F.D. qui confie :

«E n 2009, j'ai traité une histoire qui m'a valu une convocation à la Division des Investigations Criminelles. A l'époque, des enfants (dont une fille) de deux ministres de la République étaient partis en boîte en plein mois de Ramadan et au cours de cette soirée, il y a eu une bagarre. Les choses ont atterri au tribunal. J'ai suivi l'audience et en rédigeant mon article j'ai cité le nom de la fille. Son père a demandé aux gendarmes de me convoquer, je suis parti et je me suis expliqué ».

A. N. une journaliste raconte quant à elle qu'elle a subi plusieurs fois des menaces :

« Moi j'ai été convoqué à la police de Thiès pour avoir traité d'un cas de viol qui met en cause un de leurs agents. A mon arrivée j'ai été interrogée sur ce que j'ai écrit et j'ai dit que je l'assume parce que j'ai des preuves. Au finish, ils m'ont relâché en proférant des menaces et je suis retournée tranquillement chez moi. J'ai vécu la même chose avec l'affaire de l'école privée les pédagogues. Au départ quand j'ai rédigé l'article, le directeur a fait un démenti sanglant et a proféré des menaces. Mais moi, ça ne m'a pas ébranlée parce que je savais que tout ce que j'avais écrit était vrai et tôt ou tard ça allait se vérifier. Ce qui a été le cas quelques jours plus tard. C'est un travail risqué, c'est vrai, mais la seule arme contre ces menaces c'est le bétonnage de l'information, c'est-à-dire avoir des preuves de ce que l'on dit et le dire sans état d'âmes ni partie pris. »

Des tentatives de manipulation de la part de prétendues victimes sont également évoquées par certains journalistes. C'est le cas de M. N :

« Moi personnellement je ne l'ai pas vécue mais c'est arrivé à un confrère. Il s'agit d'une femme qui disait avoir subi un kidnapping. Il a fait un témoignage fracassant et son histoire a fait l'objet d'un reportage. Mais après il s'est trouvé que tout ce qu'elle disait était faux. Le journaliste qui avait fait l'article est revenu démentir l'information. Aujourd'hui il y a des enjeux financiers liés aux VBG et certains sont prêts à jouer les victimes pour avoir de l'argent. Donc il faut que les journalistes soient plus vigilants à ce propos »

L'autre difficulté majeure qui biaise le traitement des vbg concerne les contraintes spécifiquement liées à l'accès à l'information. La rétention d'informations par les autorités administratives et judiciaires⁵ de même que la difficulté d'interroger les victimes et leurs proches sont des contraintes. Ceci s'explique d'une part par le fait que les VBG demeurent essentiellement confinées dans l'espace privé. D'autre part, par le fait qu'il n'existe pas une franche collaboration entre les institutions et organisations qui s'occupent de ces questions et les médias.

Ce qui constitue un obstacle pour une action préventive contre les VBG.

Mode de traitement des VGB au niveau de la presse écrite

Les journalistes interrogés s'accordent à dire que c'est le modèle classique de traitement journalistique pour la prise en charge des VBG. Il s'agit de collecter des informations de premières mains, de les analyser, de faire les recoupements et vérifications nécessaires et de les publier.

Plusieurs sources de recueil de l'information relative aux VBG sont citées par les journalistes :

- La victime, son entourage proche ou les témoins
- Les Sapeurs-pompiers ou médecins qui vont au secours de la victime
- Les PV de police ou de gendarmerie
- L'annonce à la radio ou à la télévision d'un cas de violence
- Les Correspondances
- Les audiences publiques au tribunal
- L'auteur de la violence (rarement)

A ce propos, un journaliste affirme :

⁵ *« il faut toujours se créer un réseau d'amis dans ces structures, sinon c'est peine perdue » nous dit un journaliste*

« La première source d'information pour le journaliste, c'est la victime ou bien je dirai les témoins parce que ce sont souvent ces derniers. C'est comme lors d'un accident. Ce n'est pas le blessé qui appelle mais plutôt les témoins. Mais dès qu'on nous informe, on envoie immédiatement un journaliste et un photographe pour vérifier, recueillir des témoignages, prendre quelques photos et rédiger l'article »

Pourtant les résultats de notre analyse révèle que ce sont généralement les chroniques judiciaires qui alimentent le plus le contenu des articles sur les VBG. En effet, sur 23 articles traitant des questions de VBG, les 20 sont des chroniques judiciaires, les 2 sont des entretiens avec des présumés violeurs finalement relaxés et 1 seul d'entre eux est un reportage à Sédhiou sur les violences économiques subies par les femmes en milieu rural⁶

Pour les types de violences traités, les journalistes disent que ce sont les violences sexuelles qui sont les récurrentes au niveau de leur rédaction. Viennent ensuite les violences physiques et en troisième lieu les violences verbales voire psychologiques (injures et menaces).

Cette prépondérance des violences sexuelles a été confirmée par nos analyses parce que sur les 23 articles relatifs aux vbg les 14 traitent de violences sexuelles (viol, pédophilie), les 8 évoquent des violences physiques (coups et blessures volontaires) et un seul expose la violence économique (marginalisation de la femme rurale dans l'accès aux ressources). Ce qui prouve que les médias privilégient généralement l'aspect sensationnel de l'information, en insistant sur le caractère sexuel et violent.

Une position que ne récuse d'ailleurs pas ce Rédacteur en chef :

« D'aucuns nous reprochent de privilégier l'aspect mercantile et les sujets qui nous font vendre nos journaux comme les affaires de sexe ou de mœurs, mais nous allons continuer à donner de l'importance à ces faits. Nous allons continuer à publier des chroniques judiciaires sur les cas de viol parce que c'est ce que les lecteurs aiment. Si on fait autrement notre journal ne sera pas bien vendu et on a un personnel à payer et des charges à gérer ».

Un autre de renchérir :

« Qu'on se dise la vérité, si nous traitons des cas de vbg c'est bien parce qu'elles peuvent nous permettre de vendre nos journaux. Nous ne sommes ni des philanthropes, ni des militants d'une quelconque cause. Nous sommes une entreprise privée et nous n vivons que de nos recettes. On ne reçoit pas de subvention régulière à l'image des structures publiques. Donc tout ce qui peut nous faire gagner des recettes de manière légale, on le fait. Si on veut que les médias privilégient l'aspect sensibilisation dans le cas des

⁶ Voir Sud Quotidien n° 5967 du Mardi 19 Mars 2013 : « Promotion des femmes au Fouladou. La femme rurale éternelle oubliée »

vbg il faut que les organisations de défenses de ces droits travaillent en partenariat avec les médias. Récemment nous l'avons fait avec l'institut Panos sur le phénomène de l'immigration. »

Ces déclarations tendent d'occulter une partie importante du travail des médias. La presse, bien qu'elle doive tenir compte d'impératifs financiers, est avant tout une « place publique », un agora, un service à la collectivité où l'on retrouve tout ce que les journalistes estiment important pour la société et ses membres. Or, lesvbg constituent un problème qui interpelle tout citoyen.

L'autre manquement est relatif au fait que dans l'analyse des vbg par les journalistes, c'est la dimension factuelle qui est privilégiée avec la prédominance des compte-rendu d'audiences publiques de tribunaux sous forme de chroniques judiciaires usant parfois d'un champ lexical peu adapté au grand public. Il s'agit d'articles faibles en analyse ou mise en contexte et parfois en utilisant des termes vulgaires, voire choquants⁷: « *parties de jambes en l'air* », « *Conjonction sexuelle* », « *Ejaculation* », « *Sodomie* », « *Déchirures anales* ».

Rares sont les articles de fond tels que les reportages ou dossiers fouillés permettant de cerner le problème dans toutes ses dimensions. Les impératifs financiers et les soucis de rentabilité économique poussent les responsables des organes à privilégier les aspects mercantiles au détriment du traitement à visée véritablement éducative. Ainsi, au lieu d'être considérés comme des problèmes sociaux auxquels il faut apporter des solutions concrètes et durables, les vbg sont souvent relégués au rang de simples et banals « faits divers ».

La banalisation dans le traitement est même parfois indexée comme étant une des causes de la propagation du phénomène. En effet, la diffusion de contenus à caractère pornographique ou dévalorisant l'image de la femme par les journaux ou magazines dits « people » aurait un effet multiplicateur sur le phénomène. Mais cette affirmation ne peut être tenue pour absolue puisqu'il n'existe pas d'études spécifiques qui relient directement le comportement des auteurs de vbg à la consommation de contenus médiatiques. L'action des médias ne peut être qu'un facteur aggravant dans une chaîne de causalité à côté des facteurs sociaux, économiques, socio-politiques et personnels.

Principe de l'anonymat dans le traitement des vbg

Pour protéger la victime ou l'auteur, les journalistes font recours à certains nombre d'astuces permettant de préserver leur anonymat. Ainsi au lieu de donner les noms exacts des concernés, ils mettent juste des initiales surtout si l'affaire est pendante devant la justice. Mais dès que le dossier est vidé et le présumé auteur de vbg est reconnu coupable des faits, l'anonymat n'est plus de mise. Le journaliste se donne le droit de livrer le maximum d'informations sur l'identité de la personne incriminée, histoire de lui infliger

⁷ Voir article du jour du Journal L'Observateur N° 2852 du 22 Mars 2013 à la P3. L'article s'intitule « Acte contre nature et viol : comment j'ai été violée par mon grand-frère sous la menace d'un couteau ».

une sanction supplémentaire, sociale cette fois-ci afin de le démasquer et de réduire ses chances de récidiver. Par contre si l'auteur est un mineur, l'anonymat est préservé même après la condamnation pénale par le tribunal.

Globalement, le principe de l'anonymat tel que décrit est respecté par les journalistes. Mais pour ne pas ne peut rester trop évasifs avec les initiales et dans le but d'accorder plus de crédit à leur information, ils donnent parfois des indications et des détails souvent trop précis et suffisants pour permettre l'identification du concerné. Ce principe de l'anonymat est violé en général quand le fait relaté met en cause une personnalité. C'était le cas dans l'affaire de mœurs impliquant un célèbre journaliste et une jeune étudiante où des journaux et des sites se sont même permis de diffuser la photo de la victime.

Au niveau des radios et télévisions

Les journalistes interrogés ont été unanimes à dire que les vbg ne sont pas suffisamment prises en compte par les médias audiovisuels. Il y a au niveau de ces médias un primat de la politique et du sport sur les questions sociales. La plupart du temps, ils ne parlent des VBG que quand les faits évoqués prennent une tournure tragique voire macabre.

Ce faible niveau de prise en charge s'explique en partie par la méfiance que certains responsables de rédactions développent envers les organisations de lutte contre les vbg ou les associations de femmes. C'est le cas de ce rédacteur en chef au niveau d'une radiodiffusion télévision :

« A ma connaissance on n'a jamais fait de reportage sur ce phénomène (vbg) à la télé ou à la radio. Nous en parle de moins en moins ou bien même si on le fait, on se limite simplement au factuel pour décrire les faits quand un cas se pose. Ceci parce que la question des vbg est devenue aujourd'hui un fonds de commerce pour certaines ONG et activistes au niveau national. Ils amassent beaucoup de fonds là-dessus et veulent qu'on leur fasse une campagne de sensibilisation sans bourse délié. C'est pourquoi aujourd'hui, on demande à ces activistes de passer par le service commercial et de payer des droits publicitaires pour qu'on puisse leur faire de la sensibilisation. S'ils veulent qu'on les accompagne dans leur campagne, il faut un partenariat gagnant parce qu'ils sont financés pour ça ».

Les organes audiovisuels disposent tout de même de cadres pertinents pour le traitement et la prise en charge des vbg.

Au niveau des radios commerciales, il existe des émissions thématiques consacrées aux faits de société y compris les vbg. Elles sont présentées sous un format interactif qui permet aux auditeurs de s'exprimer sur un fait sur la base d'un témoignage de la victime ou de ses proches. Le but déclaré de ces émissions est de susciter l'éveil de conscience des populations sur certains problèmes sociaux ; elles constituent tout de même de puissants moyens pour capter des fonds avec l'usage du service vocal et la masse de spots publicitaires diffusées tout au long de l'émission.

En outre, ces radios disposent généralement d'une rubrique « journal des faits divers », il s'agit de « Khalass » à Rfm, « Teuss » à la Zik Fm et « Li ci deuk bi » à Walf fm pour les plus connues diffusées matinalement. Ces émissions très suivies sont présentées sous un format interactif qui permet aux auditeurs de s'exprimer sur un fait social sur la base d'un témoignage de la victime ou de ses proches. Celle-ci peut dans certains cas trouver une issue heureuse à son problème mais la portée éducative de ces émissions reste encore à prouver. Au contraire, ils poussent les gens à se placer dans une posture victimaire au point parfois d'inventer l'histoire la plus rocambolesque possible pour susciter l'empathie des auditeurs et récolter des dividendes sous forme d'aide aux victimes.

Le but déclaré de ces émissions est de susciter l'éveil de conscience des populations sur certains problèmes sociaux, mais force est de reconnaître également qu'elles constituent des moyens importants de prélèvements de fonds pour ces entreprises avec l'utilisation du serveur vocal la masse de spots publicitaires diffusées tout au long de l'émission.

Au niveau des télévisions également il y a de ces émissions thématiques qui permettent de discuter de questions éminemment sociales y compris les VBG.

A Walf TV, la nouvelle grille de programmes contient une émission bimensuelle dénommée « Jiggen ni ». D'ailleurs ; la thématique développée au cours des premières émissions était consacrées aux VBG au Sénégal. Le plateau était composé de spécialistes de la question et de militants d'organisations de lutte contre les vbg dont la présidente du CLVF. Diffusée à une heure de grande écoute (21h) et rediffusée plusieurs fois, cette émission a permis de faire un large focus sur la problématique des vbg, ses causes et conséquences, ses manifestations et les solutions.

En plus beaucoup de télévisions ont des émissions matinales qui ont souvent pour cible la femme au sein du foyer et les questions de société : « Keur Gui » à la 2Stv diffusée le matin de 11h à 12h, « Yor Yor » à Walf tv, « Wareef » à la TFM, « Jeg ak Kereum » à la RTS, « Waxxi mag » à la RDV entre autres. Elles sont animées principalement par des femmes auxquelles on adoube parfois des hommes. Elles sont bien suivies par les femmes au foyer et peuvent donc être des cadres de sensibilisation efficaces pour cette cible.

L'émission « Keur Gui » du 30 Septembre 2013 a été consacrée aux VBG. Les auditeurs étaient appelés à débattre du viol d'une fillette de 13 ans qui a fini par tombée enceinte. Après le jugement, l'auteur du viol a été condamné à deux ans d'emprisonnement ferme sans dommages et intérêts. Pour la sage-femme qui la suivait, la fille n'était pas physiquement apte à mener la grossesse à terme et il est même devenu médicalement dangereux de pratiquer une Interruption Volontaire de Grossesse. Avant de passer à l'antenne, l'animatrice avait déjà fait quelques démarches au niveau du Ministère de la femme et au Centre Guindi pour une prise en charge de la fille. Au cours de l'émission, l'AJS s'est engagée à assurer l'assistance judiciaire à la victime et d'autres bonnes volontés lui ont proposé leur aide financière.

Le même jour, l'émission *Takussan* de la RTS était consacrée en partie aux vbg dans le cadre des « 10 minutes de l'AJS ». Il s'agit d'une collaboration entre la RTS et l'AJS qui permet à un membre de cette association de faire un exposé de 10 minutes tous les jeudis sur une thématique en rapport aux droits des femmes. de l'émission, la juriste y insiste sur les peines encourues par les auteurs de vbg.

La RTS a également consacré une de ses émissions hebdomadaires « Léral » diffusée le Dimanche à partir de 22h aux vbg. Cet engouement soudain de la RTS pour les questions relatives aux vbg est lié au choix porté sur le Président Macky Sall comme ambassadeur du comité mondial de lutte contre les violences faites aux femmes.

Le traitement, des violences à caractère sexuel avec notamment le viol est prédominant. Cependant, Il est différent de celui de la presse écrite. En dehors des émissions de faits divers dont la portée éducative reste encore à démontrer, la plupart des émissions au niveau des médias audiovisuels se fait selon un format interactif qui permet aux téléspectateurs/auditeurs de débattre sur le phénomène. Les plateaux de télévision sont de réelles occasions d'analyse en profondeur des problèmes sociaux avec la contribution d'acteurs et d'experts. Cependant, la plupart des télévisions privées ne couvre pas tout le territoire national. . Et c'est à ce niveau que les médias publics sont intéressants en ce sens qu'ils sont les seuls à avoir une couverture nationale. C'est le cas de la Radio Télévision Sénégalaise et de la Radio Sénégal International (RSI) qui dispose d'une émission hebdomadaire qui dédie dédiée au genre : il s'agit de l'émission « actuel » diffusé les samedis de 11h à 12h.

Au niveau des radios communautaires

Dans les radios communautaires, c'est surtout au niveau des émissions thématiques que les cas de vbg sont traités. A la radio Dioko fm par exemple, on découvre quatre (04) émissions thématiques animées par des femmes et qui s'adressent principalement aux femmes. Deux autres émissions sont destinées aux phénomènes de société et une émission est axée sur des faits divers y compris les vbg (viol, inceste, pédophilie, etc.).

Ces émissions sont souvent interactives et intéressantes. Elles présentent un intérêt réel en matière d'éducation et de sensibilisation. Mais, les journalistes, soulignent toute la difficulté à préserver l'anonymat avec ces émissions. L'identité des auteurs ou des victimes de vbg est souvent dévoilée par les interventions en direct. Les aléas du direct font que les gens qui habitent avec la victime ou l'auteur appellent à l'émission et prononce leur nom sans possibilité de les censurer.

En plus, les journalistes estiment que lorsque les faits relatés concernent des autorités religieuses ou des personnalités locales, il y a de fortes pressions qui s'exercent sur eux pour que l'émission les incriminant ne soit pas diffusée. La plupart des journalistes rencontrés avouent avoir cédé au moins une fois à ce genre de pression pour préserver leurs relations de proximité avec les mis en cause.

L'émission hebdomadaire « Antenne jeunes » est animée par un groupe de 06 écoliers. Elle traite des droits de l'homme au sein de l'école, des relations élèves/professeurs et des vbg en milieu scolaire. Ils recueillent des témoignages de victimes d'actes pédophiles ou d'abus sexuels. L'émission cherche à renforcer les connaissances des élèves sur les droits de l'homme. La radio Djoko FM est appuyée dans la production de ces émissions par les organisations de la société civile comme l'Ong Avenir développement de l'Enfant (ADE), l'Ong Grave et l'AEMO. (Assistance aux Enfants en Milieux Ouverts)

Les radios communautaires disposent d'une variété d'émissions à contenus interactifs traitant de faits de société. Ce sont des émissions assez suivies par les ménages au niveau local et qui peuvent jouer un rôle important dans la prévention contre les VBG. Mais l'existence de ces émissions dépend de l'appui des bailleurs ou sponsors après le retrait (Ongs, fondations, faitières, bonnes volontés, etc) est souvent constaté. Un responsable d'une station radio communautaire révèle que ses auditeurs lui réclament encore des émissions qu'il a dû retiré de la grille des programmes fautes de moyens financiers.

Au niveau des sites d'information en ligne

Depuis la seconde moitié de la décennie 2000-2010, il s'est développé plusieurs sites Internet d'information. Le développement des systèmes de management de contenu sur Internet comme Joomla, Drupal ou WordPress en sont la principale raison. En effet, elles ont facilités la création, la gestion et la production de contenus sur Internet. Elles sont désormais à la disposition des journalistes et des professionnels de l'information. La promotion de l'entrepreneuriat et de l'économie numérique a favorisé l'implantation des sites d'information en ligne. Ils sont encore fortement dépendants des médias traditionnels au niveau national et des médias en ligne au niveau international. Cela dit, les médias en ligne ne produisent pas de contenus mais sont des relais de l'information. Elles procèdent souvent par des résumés des articles déjà publiés dans d'autres organes de presse. Les sites d'information en ligne produisent du contenu multimédia (texte, image, audio, vidéo) à partir des contenus des médias traditionnels (presse écrite, télévision, radio...). Ils.

De fait, les sites d'information en ligne reproduisent les informations traitées par les médias traditionnels sans enquête ni investigation poussées. Parfois, ils utilisent des contenus multimédia (images, audio, vidéo...) inappropriés puisque ne correspondant ni aux faits évoqués ni aux évènements vécus au Sénégal. Les droits de propriété sur le contenu sur Internet ne sont pas dans certains cas respectés. Les images sont issues de recherches sur des sites de recherche.

Les cas de violences basées sur le genre sont traités dans la catégorie sexualité. Les images utilisées peuvent être choquantes sans pour autant refléter la réalité du fait évoqué. Le champ lexical utilisé aussi sort du cadre journalistique et ne traite pas des faits mais résultent de commentaires sexistes qui ne participent pas à un traitement professionnel des violences basées sur le genre. En reproduisant les articles de la presse papier, elle est sujette aux mêmes problèmes dans le traitement des violences basées sur

le genre. Elles sont inscrite dans la rubrique « Faits-divers ». La transversalité des médias en ligne aussi permet de relayer des émissions de télévision ou de radio qui sont des cadres de socialisation à la non-violence.

Les informations diffusées par les sites d'information en ligne couvrent plusieurs thématiques allant de l'information politique aux faits divers sans qu'il existe de traitement. Ce qui ne favorise pas un meilleur traitement médiatique des VBG. D'où les recommandations suivantes :

Les bonnes pratiques à vulgariser

Il ressort ainsi de l'analyse que si la presse écrite constitue le principal vecteur de traitement des cas de VBG, la radio et la télévision proposent des émissions destinées à la sensibilisation et à l'information sur les VBG et les faits divers. L'enquête a montré que malgré les manquements notés dans le niveau de prise en compte des vbg par les médias, il existe des opportunités et des potentialités à exploiter pour une meilleure implication des médias dans la sensibilisation contre les VBG.

Il s'agit d'abord au plan personnel de l'engagement militant de certains journalistes et des animateurs au nom des principes des droits de l'homme et de la protection couches vulnérables. Leur expérience militante auprès d'organisations de défense des droits de l'homme comme d'Amnesty International et leur participation à des campagnes de sensibilisation contre les vbg au niveau international peut être une explication de cet engagement. D'autres ont créé des associations de lutte contre les vbg et mènent des actions de terrain. Ils et mettent en place des supports médiatiques exclusivement dédiés à la promotion de la femme et à la valorisation du statut de la femme au sein de la société. C'est le cas du site internet www.moussoko.com.

Au plan collectif, les journalistes s'organisent autour d'associations corporatistes de lutte contre le phénomène. C'est le cas par exemple du Réseau des Journalistes et Animateurs pour la Protection de l'Enfant (REJAPE) qui a repris ses activités en janvier 2014 au sein de la Direction de la Protection de l'Enfance après des années de léthargie.

Il existe également un réseau de journalistes contre le viol l'AJVA (l'association des journalistes contre le viol et les abus sexuels) créé en 2009 à la suite de l'affaire du maître coranique accusé de viol sur ses talibés à Touba et de l'affaire Serigne Bara Doli. L'AJVA comprend 54 membres dont 14 femmes avec des cellules régionaux composés de correspondants. Il a mis en place un plan d'action axé sur la sensibilisation et la prévention dans lequel, des animations et des conférences publiques dans les quartiers et au niveau des écoles sont menées. Cependant, actuellement l'organisation est en léthargie faute de moyens.

Certains organes de presse comme l'APS ont érigé au sein de leur rédaction un poste de responsable du volet genre, c'est-à-dire un point focal des organismes de femmes, des ONG au sein de l'agence de presse. Cette disposition permet une meilleure prise en charge du genre au niveau de l'organe et facilite la couverture des activités y afférentes par l'agence.

Ce sont là autant d'initiatives intéressantes et non négligeables pour une meilleure implication des médias dans la lutte contre les vbg.

V- Recommandations : Pour une action efficace des médias dans la lutte préventive contre le phénomène

Au vu des constats et des enquêtes réalisées au sein des organes de presses, les orientations suivantes s'avèrent prometteuses :

- ❖ Chercher à intéresser les médias à la problématique des vbg : Les responsables des organes de presse sont encore peu investis dans la lutte contre les VBG.
- ❖ Sensibiliser les parents sur les risques liés aux technologies de l'information et de la communication
- ❖ disposer d'une masse critique de journalistes formés au traitement des vbg
- ❖ Favoriser une collaboration entre la société civile et les médias pour une prise en compte continue de la lutte contre les VBG dans les rédactions, à travers des campagnes périodiques de communication et de sensibilisation sur le phénomène. Dans ce cadre, l'apport des radios communautaires qui ont un succès réels au niveau des populations est à promouvoir
- ❖ Etablir des partenariats entre, d'une part, les Universités, les instituts de recherches (Gestes, Institut genre de l'IFAN) et les écoles et, d'autre part, les médias pour étendre la restitution communautaire des résultats de recherche sur les VBG.
- ❖ Rendre plus dynamiques les organisations corporatistes de lutte contre les vbg en appuyant la mise en œuvre de leur plan d'action.

BIBLIOGRAPHIE

- ANSD (Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie), (2013), RGPFAE (Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage), Rapport définitif, Septembre 2014.
- Baudelot C., Gollac M., et al. 2003. Travailler pour être heureux ? Paris, Fayard.
- Bouju Jacky et Mirjam de BRUIJN, (2007). (eds) Violences sociales et exclusions. Le développement social de l'Afrique en question, Bulletin de l'APAD, n°27-28 : 154 pages.
- Bourdieu Pierre (1998). La Domination masculine, Paris, Seuil.
- CNDS (Comité National du Dialogue Social), 11e Session ordinaire du 12 au 16 Novembre 2012. Thème : Le dialogue social face aux défis de la bonne gouvernance.
- Constitution De La République Du Sénégal Du 22 Janvier 2001.
- Goffman Erving (1991). Les cadres de l'expérience, Paris, Minuit.
- Kaufmann Jean-Claude, (2007). Agacements. Les Petites Guerres du couple, Paris, Armand Colin.
- Klapper, Joseph T. (1960). The Effects of Mass Communication. Glencoe, III, New York, Free Press.
- Lasswell, Harold, D. (1927). Propaganda in the World War.
- Lazarsfeld, Paul, (1944). (mit Bernard R[euben] Berelson und Hazel Gaudet) The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Duell, Sloan, and Pearce, vii, 178 S.
- Lenclud, G. (1991). « Symbolisme » in Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie, (sous la dir. de BONTE, P. et IZARD, M.), Paris, PUF.
- OMS (2002), Rapport mondial sur la violence et la santé, Genève.
- ONUFEMMES (2008). La situation des violences basées sur le genre au Sénégal. Rapport de recherche.
- ONU (1993). La Déclaration des Nations Unies sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes.
- Sainsaulieu R. 1977. L'Identité au travail, Les effets culturels de l'organisation, Paris, Presses de la FNSP
- Sainsaulieu R. 2001. Sociétés en mouvement - La ressource des institutions intermédiaires, Paris, Desclée de Brouwer
- SY Harouna, (2013), Socialisation et violences: Violences de l'école, violences à l'école, Dakar, L'harmattan.
- Tchakhotine, Serge, (1939). Le Viol des foules par la propagande politique. Paris: Nrf, Gallimard.



This work is licensed under a
Creative Commons
Attribution – NonCommercial - NoDerivs 3.0 License.

To view a copy of the license please see:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

This is a download from the BLDS Digital Library on OpenDocs
<http://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/>



This work is licensed under a
Creative Commons
Attribution – NonCommercial - NoDerivs 3.0 License.

To view a copy of the license please see:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

This is a download from the BLDS Digital Library on OpenDocs
<http://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/>