

REPUBLIQUE DU SENEGAL

UN PEUPLE - UN BUT- UNE FOI



Ministère de l'Enseignement Supérieur

Université Cheikh Anta DIOP de Dakar



Institut National Supérieur de l'Éducation Populaire et du Sport
(I.N.S.E.P.S)

MEMOIRE DE MAITRISE es SCIENCES ET TECHNIQUES DES
ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES
(S.T.A.P.S)

SUJET :

**Sport et Médias : Presse écrite et promotion du sport au
Sénégal à travers l'étude de cas du quotidien STADES**

<p><u>Encadreur</u> M. Mamadou KOUME Journaliste, Docteur en Science de l'Information et de la Communication, Formateur au CESTI</p>	<p><u>Présenté par</u> M. Ababacar SECK</p>	<p><u>Co-encadreur</u> M. Amadou Anna SEYE Professeur à L'INSEPS</p>
---	--	---

Année Académique 2011-2012

DEDICACE

Je dédie ce travail de recherche

A mon père qui m'a donné une bonne éducation basée sur l'honnêteté, la droiture, le respect, la piété, la dignité, la loyauté, entre autres vertus que je tends à atteindre. Mes louanges à toi Papa.

A ma mère qui s'est sacrifiée toute sa vie durant pour faire de moi un homme exemplaire. Evoquer les bienfaits ne sera pas assez pour te dire combien je t'aime maman.

REMERCIEMENTS

J'adresse tous mes remerciements à :

ALLAH le tout Miséricordieu et le tres Miséricordieu !!!

Son prophete MOUHAMED (psl)

- Monsieur Mamadou KOUME,
- Votre disponibilité, votre rigueur, votre professionnalisme, votre ambition, votre générosité ont donné naissance à ce travail, qui est le fruit d'une longue et dure recherche, je vous présente toute ma reconnaissance et ma profonde gratitude ;
- Monsieur Amadou Anna SEYE ;
- Votre abnégation, votre dévouement, votre générosité ont été non négligeables je vous réitère tous mes remerciements ;
- Le directeur de la publication du journal STADES M. Mamadou Ibra KANE et l'ensemble du personnel de ce quotidien ;
- L'ensemble des journalistes qui m'ont aidé à la réalisation de ce travail ; je veux nommer les journalistes de la RTS ; de Nouvel Horizon, de l'AS, de Rewmi, de Sud Quotidien, du Soleil, du Populaire ;
- L'Agence National de la Presse Sportive (ANPS) ;
- La direction de la médiathèque du CESTI ;
- Le personnel de la bibliothèque du CODESRIA ;
- Le personnel de la bibliothèque de l'INSEPS ;
- L'Agence de la Presse Sénégalaise (APS) ;
- L'ensemble du corps professoral et administratif de l'INSEPS ;
- A toute ma famille : mes frères (Siré, Ousmane, Amadou, Ibrahima et Thié) et sœurs (Marie; Coumba, Thioro, Dieynaba, Fatou, Coura et Yombé), à ma chère Dieynaba FAYE ;
- A tous mes proches parents (Alsane SECK, Ousmane DIOUF, Ousseynou DIOUF, Assane DIOUF.....) , toute la famille SECK ;
- A tous mes amie(s) : Arona POUYE, Alka, Tra, Aba, Mame Anna, Mamy Fatou, Edouard ; Jean Baptiste SECK, Adama CISS, Alioune DIOUF, Francois Xavier THIAW....
- A mes voisins et amis de chambre 59L : Jean, Mor, Tapha, Cheikh et Omar
- A tous les membres et sympathisants du CEES ;
- A toute la famille THIAW ; je veux nommer Mamour THIAW et frères ainsi que Madame THIAW ;

A mes tantes Yaye Mare DIOUF, Mariétou DIOUF et Ndeye Gueye DIOUF....

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
PROBLEMATIQUE	4
CHAPITRE I: LA REVUE LITTERATURE	6
I. Généralités sur le sport.....	7
1. Historique du sport	7
2. Définition du sport	8
3. Les objectifs du sport	9
II. Généralités sur la presse	10
1. Histoire de la presse	10
2. Définition de la presse.....	12
3. Les objectifs de la presse.....	13
III. Les premières relations entre la presse et le sport	13
IV. Histoire des journaux sportifs au Sénégal depuis 1960	16
CHAPITRE II : APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	19
I. Méthodologie	20
II. La revue documentaire	20
A. Ouvrages généraux	21
B. Ouvrages spécifiques :	21
III. Le média choisi	22
IV. L'échantillon de l'étude.....	23
V. L'instrument de mesure.....	24
A. Choix et élaborations de l'instrument :	24
B. Procédure de validation	25
C. Le Traitement des données	26
VI. La place de l'information sportive dans la presse écrite sénégalaise.....	27
VII. PRESENTATION DE L'OUTIL D'ETUDE.....	30
1. Le quotidien : « STADES »	30
2. Les moyens.....	30
a. Le matériel.....	31
b. Le potentiel humain	31

c. Les finances	31
d. Organisation et Administration de « STADES »	31
e. Les différents services.....	32
f. La collecte des nouvelles	33
VIII. Les Informations	34
IX. La collecte des images	35
X. La rédaction	36
XI. La distribution	36
XII. Collecte et traitement de l'information	37
XIII. La pagination	37
XIV. Les perspectives	38
Conclusion	39
CHAPITRE III: PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS	41
I. Présentation et analyse des tableaux des Praticants	41
II. Présentation et analyse des tableaux des lecteurs	46
III. Présentation et Analyse des tableaux des journalistes	50
CHAPITRE VI : INTERPRETATIONS ET PERSPECTIVES	53
I. Intérprétations des résultats	53
II. Les solutions préconisées	55
CONCLUSION GENERALE	58
ANNEXES	65

DEFINITION DES SIGLES ET MOTS CLES

ADP : Agence de Distribution de Presse.

AFP : Agence France Presse.

AFRICOM : African Communication Edition.

ANPS : Association Nationale de la Presse Sportive.

APS : Agence de Presse Sénégalaise.

CNP : Comité National Provisoire.

DESK: c'est un mot anglais qui signifie bureau en français.

EPS : Education Physique et Sportive.

INTERVIEW : Entretien au cours duquel un journaliste interroge une personne sur sa vie, ses opinions ...

SAGE : Service de l'Administration Générale et de l'Equipement.

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Le sport est un phénomène quasi universel qui, dans le temps et dans l'espace a réussi à pénétrer de manière fulgurante les sociétés. La Grèce Antique, la Rome Antique, Byzance, l'Occident médiéval puis moderne, mais aussi, l'Amérique précolombienne ou l'Asie sont tous marqués par l'importance du sport.

Parallèlement au développement du sport, on note une activité croissante de la presse sportive. C'est pour dire que les relations entre la presse et le sport sont très intimes.

En effet, la presse aide au développement du sport et le sport fournit à la presse une matière de prédilection au public. Cette situation amène Edouard Seidler à dire : « *l'histoire des relations entre la presse et le sport aussi bien que l'on remonte dans le temps est une histoire d'amour. C'est l'histoire d'un couple solide dont l'union n'a cessé de se renforcer en un double lien : mariage d'amour et de raison¹ ».*

Au Sénégal, la multiplicité des disciplines sportives et le manque de revues spécialisées posent selon l'Agence National de Presse Sportive (ANPS) quelques difficultés à la communication.

La presse est un moyen privilégié qui contribue grandement à faciliter la circulation des idées et à véhiculer des connaissances.

En outre, comme le droit d'être informé est l'un des facteurs les plus précieux pour le citoyen, l'information apparaît dès lors, non seulement comme un besoin fondamental, mais aussi, comme un droit impératif.

La question qui se pose est de savoir si la presse sénégalaise joue son rôle de promotion du sport national ?

Le Sénégal est un pays où la presse a pris racine très tôt dans les premières années de la colonisation.

Entre 1945 et 1960, deux cent cinquante (250) journaux ont été créés au Sénégal. Depuis 1981, un ensemble de dispositifs juridiques et institutionnels sont venus officialiser ce qui reste, à la fois, une constante sociopolitique et une tradition ancrée dans les mœurs politiques.

Aussi assiste-t-on à une modification du paysage médiatique avec l'apparition de journaux indépendants à la fin des années 70, et de la bande FM au milieu des années 80.

¹Edouard Seidler : « le sport et la presse » Armand Colin 1964, 270pages, P. 5

Dans ces conditions, les médias ont favorisé la demande démocratique c'est-à-dire le multipartisme, la liberté d'association et d'expression, l'apparition de multiples journaux d'informations générales et de journaux spécifiques à un domaine d'activité.

Lors de la dernière élection présidentielle de Février et Mars 2012, certains ont reconnu le rôle joué par les médias dans l'avènement d'une autre alternance politique au Sénégal.

C'est dans ce sillage que s'inscrit l'objet d'étude de notre travail qui consiste à analyser le rôle et l'impact du quotidien STADES dans le paysage médiatique sénégalais à travers son image, sa qualité et son rôle sur le plan national et international.

Au moment où le paysage médiatique se modifiait, le sport a pris une place grandissante dans la société sénégalaise. C'est pourquoi le Sénégal s'est doté d'un arsenal juridique réglementant la pratique des activités physiques et sportives auxquelles il assigne quatre fonctions :

- Une fonction d'animation ;
- Une fonction d'enseignement et d'éducation
- Une fonction de prévention de certaines maladies dues à la sédentarité;
- Une fonction de compétition.

Notre démarche s'articulera autour de quatre chapitres : le premier traitera de la revue littéraire, le deuxième de l'approche méthodologique utilisée pour la réalisation de notre travail, le troisième sera consacré à la présentation et à l'analyse des résultats de nos recherches et en fin le quatrième chapitre fera l'objet de discussion et des perspectives.

PROBLEMATIQUE

Les compétitions sportives sont des formes de spectacles, mais leurs scénarios ne sont pas écrits d'avance. Pendant l'Antiquité, la sculpture et la poésie furent de bons vecteurs de médiatisation du sport. Avec l'arrivée des médias modernes, dans l'ordre chronologique la presse écrite, la radio, la télévision puis l'internet, le sport dispose de puissants supports médiatiques

Ainsi, il existe depuis longtemps des chaînes et télévisions sportives. Certaines sont généralistes et se consacrent à divers sports tandis que d'autres se spécialisent dans une discipline.

Parmi les titres de la presse écrite sportive dans le monde on peut citer : l'Équipe en France, Sports Illustrated aux États Unis ou la Gazzetta dello sport en Italie et Stades au Sénégal.

Le sport s'impose comme un moyen d'éducation, d'identité individuelle ou collective, dont chacun peut user selon ses libres dispositions. En jouant sur le double registre de l'éducation et de la représentation locale ou nationale, le sport apparaît et progresse comme un élément de culture des Sénégalais. De ce fait, il devient une des préoccupations de l'État, des groupes sociaux, des individus et des médias.

La loi numéro : 84-59 du 23 mai 1984 portant charte du sport précise les principes devant guider toute la vie sportive nationale.

« Le droit à l'éducation physique et au sport est reconnu à tous les Sénégalais, sans discrimination aucune, il revient à l'État et aux collectivités publiques et privées, dans la limite de leurs moyens, de donner à chaque sénégalais la possibilité de pratiquer l'activité de son choix, au niveau où sa volonté et ses capacités personnelles lui permettent d'accéder ».

Les médias sénégalais se sont intéressés au sport que certains présentent comme un substitut aux grands desseins qui font défaut à nos sociétés contemporaines. On constate que la dernière page ou la « der » des quotidiens lui est réservée selon l'actualité et les événements majeurs, le sport parvient à se hisser à la une.

Actuellement, il retrouve une place centrale dans les stratégies politiques de la plupart des États africains. Il est utilisé comme moyen de régulation sociale et politique et substitut, un levier de construction du sentiment d'appartenance nationale, voire de l'identité. Alors que les hommes d'affaires utilisent le sport comme un support de publicité pour vendre leurs produits

les moniteurs et les enseignants exploitant des compétences techniques et culturelles spécifiques, garantissent le monopole de la production des pratiquants.

Mais les médias, comme producteurs, n'obéissent pas exclusivement à la logique du profit. Ils ont pour principale fonction la collecte et le traitement des informations sportives. Ces activités obéissent à une certaine déontologie qui définit le cadre de leur intervention. Ils produisent un discours qui puise ses sources dans les pratiques sportives et /ou s'adressent à un public (imaginaire social). Le sport n'est plus une activité appréciée et recherchée pour la jouissance et les bienfaits qu'il procure. Il est devenu aujourd'hui, un spectacle privilégié marqué par la performance dans la haute compétition.

Aucun amateur de sport, au sens large, ne peut échapper à la tentation de suivre à travers les médias ou de regarder les compétitions jugées plus prestigieuses.

En assurant la diffusion de ces grands événements, les médias participent à la spectacularisation croissante du sport. Si on considère que les médias œuvrent en faveur du sport, cette position mérite une réflexion pour savoir quelle est la place de l'information sportive dans la presse écrite sénégalaise et le rôle que joue le quotidien STADES dans la promotion du sport au Sénégal?

Et notre année de maîtrise à l'INSEPS nous permet d'acquérir de nouveaux outils théoriques et méthodiques nécessaires à la réalisation de notre projet, d'analyser l'impact et le rôle que joue le quotidien d'information sportive STADES dans la promotion du sport au Sénégal.

CHAPITRE I:

LA REVUE LITTERATURE

CHAPITRE I : LA REVUE LITTERATURE

I. Généralités sur le sport

1. Historique

Les activités physiques constituent une lutte pour la vie innovée par les hommes des premiers âges.

L'instinct de conservation et la quête de la substance ont longtemps été les seules manifestations en dehors des gestes de l'existence quotidienne, de la race humaine. Mais dès que l'homme peut relâcher son attention, dès qu'il se sent en sécurité, ses mouvements, son comportement l'ont réduit de l'instinct originel pour accorder quelques intérêts au loisir.(Encarta 2010)

Les traces visibles les plus anciennes que nous avons des activités athlétiques remontent à 3500 avant Jésus Christ : des bas reliefs égyptiens représentent en relief des hommes effectuant des exercices de course, de saut, ainsi que de la natation et de l'équitation. Vers 2700 avant J.C, la civilisation chinoise faisait une civilisation raisonnée des exercices physiques se basant sur une méthode d'éducation physique : le KUNG.FU. De par leur caractère purement religieux, ces exercices avaient pour but de protéger le corps des maladies et des infirmités.

Dans la Grèce antique, on notait l'existence et la primeur d'une pratique physique et sportive. La formation civique de l'individu passait par l'éducation physique des jeunes. Il faut certes chercher le sens de l'éducation grecque dans cette formation : c'est dans les citoyens que réside la force de la cité et il faut qu'il porte une âme vertueuse dans un corps plein de vigueur.

Si le sport moderne est né sans aucun doute en Angleterre, il n'en demeure pas moins que plusieurs auteurs tentent de donner une définition du sport.

2. Définition du sport

Nous ne citerons que quelques unes :

Sport, mot anglais dérivé de l'ancien français « Desportes » ou « Deport » qui signifie amusement. Il désigne l'ensemble des moyens grâce auxquels le temps se passe agréablement : conservation, distraction, badinage, aussi bien que les jeux. selon le grand Larousse encyclopédique : « le sport serait l'ensemble des activités physiques sous formes des jeux individuels ou collectifs, donnant lieu à des compétitions pratiquées en observant certaines règles précises et sans but utilitaire »

Pour le Baron de Coubertin : « Le sport est un culte volontaire et habituel et l'effort musculaire intensif, appuyé sur le désir de progrès pouvant aller jusqu'au risque »

Michel Belbenoit nous donne les éléments communs à toutes les activités :

- ❖ L'engagement physique
- ❖ Le jeu sans autre fin que le plaisir qu'il procure,
- ❖ La lutte (pour la victoire ou la performance, le respect de l'autre)
- ❖ La règle enfin adoptée à toute la variété des disciplines sportives, mais partout règles d'or, infrangibles, sacrées, l'essence du sport impliquant le fair-play, respect inconditionnel des lois écrites.

Nous nous référons à la définition de **Donald GAY** qui nous semble la plus complète: pour lui il est possible de définir le sport comme « l'activité physique compétitive et amusante, pratiquée en vue d'un enjeu selon des règles écrites et un esprit particulier, l'esprit sportif, fait d'équité, de désir de vaincre et de loyauté ».

❖ **Le sport, une activité physique.** Quel que soit le sport, on observe toujours des gestes, des mouvements du corps ou de certaines de ses parties, c'est-à-dire son déplacement volontaire et normalisé dans le temps et dans l'espace en vue de l'efficace spécifique de chaque sport.

❖ **Le sport, une compétition.** L'activité sportive est essentiellement compétitive. Ceux qui y participent veulent se mesurer afin de juger de leur valeur respective et ainsi savoir qui est le meilleur. Dans toute compétition, il faut qu'il y ait un vainqueur et un vaincu. C'est la raison même de la rencontre sportive que de déterminer un gagnant.

❖ **Le sport, un enjeu :** La compétition est engendrée par des prétentions rivales sur les mêmes enjeux. Chaque compétiteur est déterminé à vaincre, à remporter la victoire qui confère honneur, prestige, satisfaction, argent, etc. Sans enjeu, la compétition perd toute sa signification, sa raison d'être.

❖ **Le sport, un amusement :** Si l'activité sportive est compétitive. Il ne s'agit pas d'un conflit entre les compétiteurs. C'est une lutte pour le plaisir, un combat simulé alors que les adversaires s'opposent sans raison d'attaque personnelle. Même s'il existe la plus grande rivalité entre les opposants, la compétition n'est pas tragique, au contraire elle est anticipée avec plaisir car le sport « n'est qu'un jeu ».

❖ **Le sport, une règle de conduite :** Le sport étant une compétition motivée par des enjeux, il est essentiel que les adversaires soient assujettis aux mêmes règles, de façon à réduire au minimum les variables qui pourraient favoriser un des adversaires, car seule la valeur sportive des opposants doit déterminer le vainqueur .

❖ **Le sport, un esprit :** L'esprit sportif, la mentalité sportive comprend des valeurs qui orientent, guident les attitudes et les conduites des sportives et des sportifs. C'est **une éthique fondée** sur l'équité, le désir de vaincre et la loyauté. L'esprit sportif c'est cette volonté de vaincre, mais de vaincre loyalement sur un adversaire de calibre.

Pour qu'il ait sport, il faut que ces six dimensions soient présentes de manière synchronique. Ces dimensions ou variables sont les éléments constitutifs du sport, de tous les sports.

Sous les sports, il y a le sport qui est un dans son principe, mais multiple dans son expression. Les sports ne sont que des variations sur un archétype. A travers l'atomisation de l'expression sportive, le concept de sport tel que construit permet d'en saisir l'unité et l'originalité.(Cour définitions du sport M. KANE, INSEPS, 2012)

3. Les objectifs du sport

Le sport est une activité reconnue d'utilité publique. Vecteur de culture, il figure au rang des options et orientations nationales dans tous les pays.

Le sport doit permettre d'élever le corps et l'esprit, du respect des valeurs et de l'éthique, en favorisant le développement des qualités physiques telles que la force, la vitesse, l'endurance, la souplesse, la puissance, la vivacité de reflexes...

A voir le sport dans son contexte actuel, il y a lieu de se demander si ses objectifs ne sont pas tombés en désuétude.

II. Généralités sur la presse

1. Histoire

✓ L'histoire des journaux quotidiens ou périodiques.

Des premières feuilles périodiques publiées au XVII^e siècle aux journaux en ligne qui se développent à la fin des années 1990, (la presse « on line »), la forme et le rôle de la presse évoluent considérablement. Le XIX^e et XX^e siècles, avec l'avènement du journal d'information populaire à grand tirage, sont, plus que toute autre période, le théâtre d'une «évolution rapide, aboutissant à une grande diversification et à une multiplication des médias écrits.

Dés le 1^{er} siècle avant J.-C, Jules César ordonne que ces feuillets manuscrits soient quotidiennement livrés au forum. Mais le privilège de l'invention de la presse imprimée revient à la Chine : c'est à Pékin, à la fin du IX^e siècle après J.-C ; qu'apparaît le premier journal, fabriqué à partir de blocs de bois sculpté en creux, encrés et appliqués sur du papier. En Europe, jusqu'au Moyen Age, l'information circule d'abord par le biais de l'oralité. Les nouvelles sont ensuite diffusées par placards ou par des crieurs publics. Elles sont encore et pour l'essentiel une préoccupation des marchands, soucieux de se renseigner de l'état des marchés (en Italie tout particulièrement).

A partir du milieu de XV^e siècle, grâce à l'invention de l'imprimerie typographique (Gutenberg 1438), puis grâce à l'effervescence intellectuelle de la Renaissance, les feuilles d'annonces et d'autres occasionnels imposent progressivement l'idée d'une transmission imprimée des nouvelles. Pour autant, le concept de la presse comme organe de communication périodique n'apparaît pas avant le XVII^e siècle.

Durant les XV^e, XVI^e et XVII^e siècles, le nombre de livres et le nombre des élites alphabétisées et lectrices s'accroissent. Le peuple lui aussi voit ses moyens d'information accroître avec l'apparition de la bibliothèque bleue de Troyes. Les notions, la conscience collective de « l'opinion » et de « l'information » progressent, renforcée toujours, par le placardage d'affiches, de libellés lus en publics, puis par l'accélération de la circulation des livrets de colportage, canards et autres occasionnels. A côté du vecteur historique de la transmission des informations par l'oralité, toujours dominante, l'écrit se présente comme un canal nouveau auquel la fin de la période médiévale et surtout la Renaissance, avec leur ouverture au monde et leurs conflits (guerre de cent Ans, guerre de Religion du XVI^e siècle) donnent une importance accrue.

Ce besoin d'information et sa nouvelle forme trouvent un relais dans l'organisation des portes modernes à la création des grands Etats modernes correspond, en effet, une plus grande sécurité dans la communication et la naissance des services postaux (1464 en France, 1478 en Angleterre)

Au XVII^e siècle, les périodiques imprimés apparaissent dans toute l'Europe. D'abord en Hollande, en 1605 avec un mensuel : les Nouvelles d'Anvers. Entre 1610 et 1622, à Strasbourg, Bale, Hambourg, Amsterdam ou Londres (avec le Weekly), sont publiés les premiers hebdomadaires. Ce type de publication apparaît ensuite en Italie (1636) en Espagne (année 1660), puis en Russie à la fin du siècle.

En France, l'hebdomadaire la Gazette est lancé en 1631 par Théophraste Renaudot, un protégé de Richelieu. C'est l'organe officieux de la cour où l'on publie pour l'essentiel des nouvelles de l'étranger.(Encarta 2010)

Au XVIII^e siècle en France, à la différence de l'Angleterre où la presse est déjà engagée dans la lutte politique (voir quatrième pouvoir), les instruments privilégiés des débats d'idées demeurent le livre et le libelle. L'activité journalistique n'est pas encore considérée comme un métier à part entière. Et de façon générale, les nouvellistes n'ont pas bonne presse ...

Surveillée, censurée, la presse doit attendre la période révolutionnaire pour que la pression événementielle et la curiosité qu'elle fait naître au sein de l'opinion lui confèrent toute son importance et son rôle capital dans l'arène politique. Le rôle des Lumières est aussi très important : la curiosité intellectuelle du XVIII^e siècle et les élans frondeurs de certains intellectuels favorisent le développement d'un idéal de libre arbitre politique dont la presse constitue un lieu de représentation et un canal de diffusion.

En Europe et aux États-Unis, la charnière des XIX^e-XX^e siècles est une période faste, tant sur le plan de la diffusion, de l'industrialisation, que sur celui de la modernisation et de la professionnalisation du journalisme. Il est usuel de désigner cette période comme « l'âge d'or » de la presse. La révolution industrielle et socioculturelle entraîne une diversification et une multiplication des supports : quotidiens populaires, politiques ou exigeants (à l'image du *Temps*, ancêtre tutélaire du Monde), journaux d'abonnés, titres périodiques d'information générale ou spécialisée, ancêtres de nos hebdomadaires et de nos magazines (sport, femmes, loisirs, photographie, enfants...), selon le dictionnaire des médias sous la direction de Francis Balle.

2. Définition de la presse

Presse: nf (press, printing press)

Machine ou ensemble des équipements qui permet d'imprimer des journaux par pression du papier « sur la forme » imprimante ancrée.

L'usage a imposé une acception plus large : la presse désigne l'ensemble des publications imprimées ou des activités journalistiques, leurs institutions, leur mode d'organisation et leur mode de fonctionnement, liens d'influences réciproques qui se nouent avec les autres institutions et la société en général.

Parce que les techniques de l'écrit sont le point de départ de cette histoire des médias, elle se confond d'abord avec l'épopée de l'écriture, sous toutes ses formes et en particulier celle du livre et de la presse imprimée. L'invention de l'imprimerie remonte au IX^e siècle : le premier livre a été imprimé en Chine en 868. La typographie et les premiers caractères mobiles apparaissent également en Chine en 1038.

Mais c'est Gutenberg, entre 1430 et 1440, qui fabriquera, le premier en Europe, des caractères suffisamment résistants pour permettre l'invention de la presse à imprimer : la Bible en latin sera le premier livre européen imprimé : ses exemplaires sont datés de 1456.

Des journaux apparaissent néanmoins avant l'invention de Gutenberg et c'est seulement plus de deux siècles après la sortie du premier livre imprimé en Europe que naît, avec la Gazette de Renaudot, en 1631 le prototype, le modèle ou le premier exemplaire des journaux de l'époque moderne.

Des lors, il importe de définir le concept de « presse » dont les interprétations sont multiples. Pour Jacqueline Boullier « *il n'est presse qu'écrite*² » (2) par contre à l'heure de la radio et de la télévision, le sens du mot va connaître une extension et revêtir plusieurs significations : outils de communication sociale, techniques de diffusion collective, media d'information etc.

Néanmoins c'est la définition de Roland Cayrol qui semble la plus importante, il dit : « *Malgré les querelles des spécialistes, ces termes sont rigoureusement synonymes et que parmi les moyens d'expression et de communication, il est clair que les journaux, la radio, la télévision présentent encore des points comme : il s'agit de moyens présentant une certaine périodicité, préparés par des journalistes et faisant une large place à l'information, à la diffusion des nouvelles et à leur analyse. Il existe incontestablement une unicité du phénomène radiotélévisé qui le distingue du cinéma ou de l'affichage*³ ».

²Jacqueline Boullier in Roland Cayrol : « Presse écrite et audiovisuelle » ; P. 7

³Roland Cayrol : « Presse écrite et audiovisuelle » ; P. 7

Il en conclut que « le plus commode est semble t-il d'englober l'ensemble sous le terme générique de « presse ». Il en résulte donc que la presse comporte plusieurs volets aussi importants les uns que les autres : presse filmée, parlée et écrite.

3. Les objectifs de la presse

Les journaux quotidiens inaugurent une ère nouvelle pour l'information et la démocratie : pour la première fois dans l'histoire, des nouvelles d'actualité, considérables ou dérisoires, ordinaires ou spectaculaires, sont propagées selon une technique industrielle après la Seconde Guerre mondiale, dans le sillage de la radio, la télévision bouleverse l'ordre social institué par la presse imprimée et ses journalistes selon toutes les apparences . Elle impose sa loi à l'information comme à la culture et aux divertissements.

Au tournant du troisième millénaire, la technique semble offrir sa revanche à l'écrit, en même temps qu'elle annonce la fin de l'hégémonie des « mass média ». D'un côté, les nouveaux réseaux font circuler les textes, les images et les graphiques, d'un ordinateur à l'autre, au sein des collectivités les plus restreintes et par-delà les océans. De l'autre, les moyens d'expressions ou de communication se multiplient, accessibles à un nombre toujours plus grand de personnes ou de collectivités.

Le monde change ainsi la direction en même temps, très souvent, que les medias : à la Renaissance, avec les premières applications de l'imprimerie ; au lendemain des révolutions du XVIIIe siècle, avec la naissance des journaux quotidiens, diffusés à des millions d'exemplaires ; au XXIe siècle, écartelé entre ses nombreux provincialismes et son rêve immémorial d'unité, avec les réseaux planétaires, pour la télévision et pour les sites de l'internet. Ainsi, les médias sont-ils l'un des lieux privilégiés où la société s'interroge sur elle-même. Objets d'études, les medias sont également un moyen pour observer et pour comprendre le monde dans lequel nous vivons.

III. Les premières relations entre la presse et le sport

« L'histoire des relations entre la presse et le sport, aussi loin que l'on remonte dans le temps est une histoire d'un couple solide, dont l'union n'a cessé de se renforcer en un double lien : mariage d'amour et de raison ⁴ », écrivait Edouard Seidler.

Mariage d'amour tout d'abord. Bien avant que le sport ne vienne à son aide, c'est la presse qui a volé au secours du sport.

⁴Edouard Seidler, le sport et la presse, Armand Colin 1964, 270pages, p 5

Le sport moderne naissait à peine que les premiers journaux sportifs étaient fondés à leur tour, dirigés et écrits par des gens de sport, missionnaires d'une foi nouvelle. Les débuts de la presse sportive tiennent de la croisade. On ne crée pas alors de journal de sport, de rubrique sportive, pour faire fortune ou attirer de nouveaux lecteurs. Bien souvent, on se moque du déficit, on paie de sa personne et de sa poche, dans le seul souci de contribuer au développement des activités nouvelles : on veut grouper les premiers adeptes de la religion sportive, on prêche plus qu'on ne rend compte, on pourfend les hérédités. Car ils sont nombreux ceux qui, vers 1870, se rient des premiers Sportmen, de leurs accoutrements ridicules et de leurs goûts bizarres. Plus nombreux encore ceux qui ignorent tout du sport, et ne manifestent aucun désir d'accroître leur connaissance du sujet.

Les quotidiens politiques et d'information ne verront d'abord dans le sport que matière à faits divers. Quand, par accident la grande presse rend compte de quelque manifestation athlétique, c'est en des termes qui prouvent sa totale ignorance. Lorsque l'Autorité écrit : « le football se joue avec des requêtes et de petites balles très dures », le Gaulois croit pouvoir rectifier ainsi « Avec des maillets longs et plats ! »

Les premiers apôtres du sport vont donc se battre essentiellement au sein de publications spécialisées. De temps en temps, ils trouveront dans la grande presse un ami, un allié, qui les accueillera dans ses colonnes le temps d'une chronique.

Ce mariage d'amour, conclu entre la presse et le sport au cours de leurs débuts difficiles, se renforcera précisément à raison d'obstacles qu'il leur fait franchir à tous deux, des résistances qu'ils doivent vaincre.

Il n'est pas douteux qu'un siècle plus tard, et que le sport devient l'un des phénomènes sociaux les plus importants de l'époque et s'affirme comme l'un des éléments de base de la nouvelle « civilisation spécialisée ». Alors que la presse sportive elle-même qu'elle soit spécialisée ou intégrée à la grande presse d'information atteint quelquefois le gigantisme, le mariage d'amour dure. Car les hommes qui animent cette presse sont en définitive peu différents des premiers missionnaires du sport. « On écrit bien de ce qu'on aime » disait Rochefort. On verra que, le plus souvent ceux qui font aujourd'hui profession d'écrire sur le sport restent profondément épris de leur sujet.

La passion qui anime leurs écrits, le lyrisme de leur plume sont rarement factices. Les journalistes de sport perpétuent aujourd'hui le mariage de cœur conclu par leurs devanciers. Mais sans doute ne le pourraient-ils commencer si la presse, après avoir contribué par passion souvent désintéressée aux premiers développements sportifs, n'était qu'un mariage de raison subséquent, servie à son tour du sport pour contribuer à sa propre croissance.

Pour la presse sportive spécialisée, dont le succès est essentiellement fonction de l'actualité sportive, il s'est agi de créer l'événement, puis de l'exploiter. Pour la presse d'information, l'organisation d'épreuves sportives est apparue tôt comme un moyen de promotion d'une grande efficacité. Des lendits de Pascal Grousset à la création en 1963 de la course cycliste Paris-Luxembourg, l'esprit qui anime les gens de presse organisateurs de spectacles ou de manifestations sportives a donc considérablement évolué. Les premiers journalistes se firent organisateurs par apostolat. Pour leurs successeurs, c'était bien l'avantage par besoin d'assurer la substance de leurs rubriques, le renom et le développement de leurs journaux.

En même temps, le succès du sport assuré par les premiers journaux spécialistes dont les animateurs étaient souvent eux-mêmes dirigeants de clubs et fédérations était canalisé puis exploité par la grande presse ressemble aux fameuses auberges espagnoles en ce que l'on y trouve ce qu'on y apporte. Pour la majorité de ses pratiquants, il a toujours été, à des degrés divers, distraction, loisir, récréation, moyen d'expression et de dépassement de soi-même.

La société moderne y a trouvé la base d'un spectacle passionnant le fondement d'une « identification » entre le lecteur-spectateur ou non, ont fait du sport un de leurs instruments de propagande, et consacrent des budgets de plus en plus considérables au développement sportif. Les sociologues ont découvert dans le sport un instrument de mesure de l'évolution d'un pays. « *Ce sont les nations qui ont les meilleurs coureurs à pied qui sont arrivées les premiers aux deux pôles ...les terrains de sport sont les balances de races* » écrivait Jean Giraudoux.

La presse a trouvé dans le sport et sans doute en mieux ce qu'elle cherche en toute autre matière. Elle a été sensible au point de vue des politiciens et des sociologues. Mais elle a surtout retenu du sport son caractère spectaculaire, sa nature passionnée. Elle y a trouvé matière à création d'une mythologie moderne ; d'une légende de rires et de larmes. Elle y a trouvé l'homme dépouillé, le héros que proclamaient ses lecteurs, l'acte gratuit, l'aventure, le drame ; le reflet en un mot de la vie, reflet idéalisé résultant d'un choix permanent.

La presse sportive contemporaine cherche sans doute beaucoup moins à analyser à comprendre ou à expliquer le sport « anachronisme bienfaisant » qu'elle ne s'applique à y trouver matière à exaltation : grandeur, noblesse, sentiment généreux, amitié et beauté, revanche sur le sort, triomphe de la morale sont ses thèmes quotidiens.

Au travers de sa rubrique sportive, elle a réussi ainsi à faire pénétrer dans ses colonnes un style lyrique et une littérature d'épopée auxquels ses autres rubriques ne se prêtaient guère.

Par cet aspect, la presse sportive, spécialisée ou non, est probablement celle qui répond le mieux aux deux impératifs classiques : informer et distraire. Et si elle ne s'acquitte pas

toujours de sa troisième mission, qui est celle d'éduquer, elle affirme à juste titre ce qui reste sa fierté : en opposant, elle unit.

Gaston Mayer, l'un des analystes contemporains les plus pertinents du fait sportif, a noté que le sport « *oasis ou havre de grâce, a mieux réussi que l'esperanto à unir les mondes* ».

Au delà des luttes pacifiques des stades, au-delà des passions exacerbées, des nationalismes qu'il éveille et aiguillonne, le sport réduit les frontières, atténue les oppositions politiques et idéologiques. Si Hitler refuse en 1936 de tendre sa main au noir Jess Owens, Franco accueille en 1963 les athlètes soviétiques et les basketteurs madrilènes se rendent en Union Soviétique, où aucun diplomate espagnol n'avait été admis depuis 1936. Khrouchtchev quant à lui a applaudi les coureurs américains.

L'universalité et l'unité du monde sportif se retrouvent ainsi dans sa presse. Le sport, on le notera, reste encore trop souvent au service de la politique. Il fournit des chevaux de bataille si non des arguments à la presse engagée, de quelque bord qu'elle soit. Mais la fraternité du stade se trouve presque toujours dans la tribune de presse et le sport s'enorgueillit même d'avoir son langage universel.

En fait la France est l'un des pays où l'importance de la presse sportive est la plus grande. L'Equipe, par son tirage et son influence, est le premier quotidien sportif du monde plusieurs magazines sportifs nationaux spécialisés se maintiennent contre vents et marées. Bulletins et revues de clubs et fédérations foisonnent. Sous produit de cette presse et illustrations de l'intérêt que porte la France aux choses du sport, une importante littérature sportive s'y est développée depuis dix ans la presse d'information consacre, selon les cas, de 10 à 20% de son budget à sa rubrique sportive, qui reste un de ses instruments de vente déterminants. Les retransmissions sportives se multiplient à la télévision, dont elles ont assuré le succès. Le sport, en outre, est devenu un support promotionnel et publicitaire de premier intérêt, et les marques commerciales dépensent des sommes considérables pour utiliser, sur le terrain d'abord, dans les colonnes des journaux, ce support nouveau qui leur permet de s'adresser aux jeunes et aux moins jeunes.

IV. Historique des journaux sportifs au Sénégal depuis 1960

Dès l'accession à la souveraineté nationale, le gouvernement du Sénégal a estimé ce secteur parmi les plus déshérités. Ainsi, il a déployé des moyens considérables pour résoudre tous les problèmes relevant du domaine de la communication par la mise en place d'un complexe afin de répondre aux besoins en matière d'information. Pour ce faire on note la coexistence de plusieurs chaînes de radio, de télévision, et une panoplie de journaux. En

outre, la promulgation d'une loi sur la liberté de presse a été l'un des principaux mots d'ordre de la démocratie sénégalaise. Cette loi stipule : « *la constitution de la République (...) reconnaît à tout citoyen le droit d'exprimer et de diffuser librement son opinion par la parole, la plume et par l'image*⁵ ».

Certes des revues culturelles et sportives ont existé mais, toutes ont disparu à cause d'un certain nombre de problèmes dont : l'absence d'une équipe de rédaction, l'existence des journaux non structurés, la diffusion des informations non adaptées, la manifestation d'une insuffisance de moyen qui se caractérise par un faible tirage par parution.

Parmi celles-ci, on peut citer : Sénéfoot, Arènes Sénégalaises, Bonasport, Omnisport, Lion, le sportif, le Nouveau Sportif, Carrefour, Match, Jeunesse sans oublier Zone II.

Les expériences en matière de presse sportive n'ont pas manqué dans le paysage médiatique sénégalais. Depuis 1970, à chaque décennie, un hebdomadaire du sport a été lancé sans succès.

D'abord « OMNISPORT », hebdomadaire sportif du lundi, était plutôt une expérience amicale et bénévole à l'initiative d'un chirurgien dentiste, Docteur Adolphe Ndoye, principal bailleur.

Ses principaux collaborateurs s'intéressaient au sport et avaient un pied dans la presse parlée (Pathé Fall Dieye, journaliste à l'ORTS, Magib Sene à l'ORTS, Papa Racine Sy à la RTS) ou écrite (feu Gabriel Jacques Gomis, Rédacteur en chef du Soleil, feu Charles Diaw, Soleil, Aly Kheury Ndao, Soleil et Lune Tall, Soleil).

Le vrai problème de l'intégration se posa à ZONE 2. Le problème monétaire est un facteur limitant, à cause de la non convertibilité alors qu'il faut une monnaie commune pour une meilleure circulation des personnes et des biens et une meilleure communication.

Autres raisons d'ordre sportif de l'échec de l'expérience de ZONE 2, selon M. Cheikh Tidiane Fall (ancien membre de l'équipe de la rédaction du journal) une assiette très faible de l'électorat au pouvoir d'achat minimal, l'absence de moyen pour une meilleure circulation du journal dans les pays ouest africains.

Autre facteur limitant est en effet, le faible taux d'alphabétisation qui joua défavorablement à la promotion des journaux. De plus, la vente ne couvre pas toutes les charges.

La publicité ne suit pas suffisamment, la diffusion de ZONE 2 était laborieuse !

Pourtant, dans le quotidien le Soleil, le sport est un élément de vente réel. On peut citer comme exemple, le lendemain du combat de lutte Mbaye Gueye / Robert Diouf en 1982. Le

⁵: Journal officiel de la république du Sénégal du 21/05/1979.

record de vente avec photo à la Une était de cinquante mille(50000) exemplaires. En 1986, les pages spéciales du lendemain de l'échec du Sénégal lorsde la CAN en Egypte ont battu un record de vente de cent dix mille (110 000) exemplaires.

En septembre 1991, une autre expérience voit le jour, elle est l'œuvre de deux promoteurs (Pape Diouf et Mamadou Koumé).C'est la première véritable expérience d'entreprise de presse sportive.

Selon son directeur de publication, Mamadou Koumé, ce journal de sport était l'aboutissement d'un rêve commun des deux fondateurs. Le prétexte en était la coupe d'Afrique des Nations de 1992 organisée par le Sénégal.

Néanmoins, la presse écrite se caractérise par plusieurs titres inscrits au parquet qu'ils soient trimestriels, mensuels, hebdomadaires ou quotidiens. Mais à cause de leur spéculation, de leur orientation et de l'irrégularité de leur parution, ne pouvant accorder de place aux articles traitant du sport.

Par conséquent, « STADES » reste l'échantillon possible car il est le plus fréquent et ouvre ses colonnes régulièrement au sport et de par son caractère spécifique, il lui est difficile de répondre aux demandes et de jouer son rôle de promotion de toutes les disciplines.

CHAPITRE II :
APPROCHE METHODOLOGIQUE

CHAPITRE II : APPROCHE METHODOLOGIQUE

I. Méthodologie

Le choix d'une méthode est essentiel en recherche. Suivant la spécificité des problématiques, on est confronté à une diversité de méthodes. La méthode utilisée dans cette présente recherche est choisie en fonction de l'hypothèse émise et elle implique une investigation par le biais d'un guide d'entretien, d'un questionnaire et d'une recherche documentaire.

Ces modèles vont pouvoir nous amener à procéder à l'analyse du traitement de l'événement sportif dans le média ciblé : « STADES »

Est-ce que ce traitement est susceptible de permettre une large diffusion du sport d'où une incitation à la pratique de la grande masse parmi laquelle on trouvera toutes les couches sociales et toutes les disciplines sportive ?

Pour ce faire, il y aura lieu d'analyser le placement, l'agencement, la cote réservée à l'évènement sportif à travers une étude des points de vue de spécialistes des médias, de lecteurs et de pratiquants en sport.

La tentative devrait aboutir à l'évaluation du niveau de vulgarisation et de promotion du sport par les medias afin de déduire la réalité ou non de la contribution du quotidien « STADES » dans la promotion du sport national.

II. La revue documentaire

La documentation a été effectuée dans les différents centres de documentation suivants:

- La bibliothèque nationale de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar (BU),
- La bibliothèque de l'Institut National Supérieur de l'Education Populaire et du Sport (INSEPS),
- La bibliothèque du Centre d'Etude des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI), La bibliothèque du CODESRIA,
- Cependant nous avons consulté beaucoup de documents qui seront classés en deux parties : les ouvrages généraux et les ouvrages spécifiques :

A. Ouvrages généraux

A propos de cette catégorie de documents, nous avons utilisé des ouvrages en rapport avec :

- La presse en général,
- Les relations entre la presse et le sport,
- Le sport en général,

B. Ouvrages spécifiques :

Nous nous sommes intéressés à des publications qui traitent :

- De la presse écrite,
- De l'information sportive,
- Des études d'impacts du sport dans le développement,

III. Le média choisi

Le Sénégal renvoie l'image d'un creuset particulièrement fécond dans le domaine de la presse ou plusieurs centaines de publications de tendances diverses ont vu le jour.

Actuellement, avec une trentaine de titres, la presse écrite sénégalaise donne la mesure d'un dynamisme relativement inédit en Afrique francophone et selon M. KANE, le Sénégal dispose d'un atout majeur : « celui de pouvoir présenter une typologie particulièrement différenciée de ses journaux ».

Selon la périodicité, on y trouve aussi bien des quotidiens, des hebdomadaires, que des mensuels et autres périodiques. Ces journaux peuvent être classés suivant leur contenu en publication d'informations générales, magazines culturels, en journaux satiriques, journaux confessionnels ou d'opinions. Outre ces divers organes de presse écrite, la bande FM, et les chaînes de télévisions élargissent l'éventail des médias sénégalais.

Cette richesse de notre objet d'investigation nous a amené à limiter notre étude à la presse écrite. Ainsi, notre quotidien d'étude Stades constitue selon nous un pilier important dans le système des médias et un échantillon assez représentatif de sa spécialisation aux sports et de diverses sensibilités qui structurent l'opinion publique au Sénégal.

IV. L'échantillon de l'étude

Pour asseoir notre démarche, nous avons ciblé une population totale de quatre vingt dix (90) personnes.

Cet échantillon comprend :

- Neuf (09) journalistes généralistes
- Vingt et un (21) journalistes sportifs
- trente acteurs (30) pratiquants de sport
- Trente lecteurs (30) lecteurs de journaux

L'approche d'échantillon accidentiel a été privilégiée . Aucune raison particulière nous a motivé pour ce choix, sinon le souci d'obtenir une variété de réponses. Dans la mesure où nous avons opté pour le calcul de pourcentage de réponses, nous ne nous sommes pas exigésun nombre égal de sujets pour chaque catégorie.

V. L'instrument de mesure

A. Choix et élaborations de l'instrument :

Compte tenu de la nature des informations que nous voulions obtenir et du nombre de personnes à interroger, le questionnaire nous a semblé l'instrument le plus approprié.

En effet, il donne aux sujets l'occasion, la possibilité d'exprimer leurs opinions sur l'objet donné.

Nous aurions pu nous conformer à une analyse de contenu du quotidien choisi sur une durée déterminée à l'avance, ce qui conduirait à une étude longitudinale.

De ce fait, on a choisi de construire un questionnaire qui peut permettre d'avoir des renseignements sur la place et le traitement de l'événement sportif dans le quotidien STADES afin de jauger la possibilité des médias de réaliser la promotion du sport en vue de son développement.

Il ne s'agit pas de recueillir des avis de notre population sur le journal mais plus simplement de voir si le traitement du sport par ce dernier contribue à la promotion du sport.

Cette forme de médiation entre les médias et les personnes ciblées nous paraît possible dans cette présente étude.

En fonction de notre objectif, le questionnaire a été élaboré.

Il comprend plusieurs thèmes entre autres sur la préférence du journal et de la discipline sur le niveau de satisfaction par rapport au traitement du sport et le niveau de satisfaction par rapport à la promotion du sport.

B. Procédure de validation

Un instrument n'est valide que s'il mesure effectivement ce qu'il prétend mesurer et pour le déterminer nous avons procédé à un pré-test.

Quelques exemples du questionnaire ont été administrés à un échantillon réduit mais significatif composé de notre population ciblée (25 sujets au total).

Après exploitation il a été constaté que la population ne rencontre aucune difficulté de compréhension de l'outil et on arrive aussi à recueillir les informations souhaitées.

C. Le Traitement des données

Nous avons procédé aux calculs de pourcentage de réponses pour les questions fermées.

Pour ce qui est des questions ouvertes, nous avons procédé par une analyse de contenu.

Les réponses ont été groupées en catégories et séparées en fonction des thèmes (types de réponse).

Pour les questions relatives à l'évaluation du niveau de satisfaction des différents acteurs sur le traitement de l'information sportive dans le quotidien STADES, nous avons utilisé l'échelle (sphinx). Cette échelle induit notamment l'utilisation de statistiques descriptives.

La moyenne statistique nous a permis de connaître le niveau de satisfaction de chaque acteur sur le traitement de l'événement sportif.

VI. La place de l'information sportive dans la presse écrite sénégalaise

Parmi les activités favorites de l'homme, le sport occupe une place importante ; pour cette raison, on note au Sénégal un engouement pour les activités physiques et sportives. Le nombre des disciplines augmente au fil des années, les adhésions à la pratique et au spectacle suivent le même rythme pour des motivations multiples : recherche d'un rang social, d'une célébrité, d'une harmonie corporelle ou simplement d'une santé physique et morale.

Le sport offre des spectacles de haut niveau et de notoriété mondiale. Ce faisant, il donne à la presse un moyen de survie et elle-même à son tour, agit en contre partie dans le même sens. Ainsi, la presse se sert comme un moyen commercial. Pourtant, ce principe est réfuté par Edouard Seidler qui dit : « *on ne crée pas alors de journal de sport ou de rubrique sportive pour faire fortune ou attirer de nouveaux lecteurs, bien souvent, on se moque du déficit, on paie de sa poche dans le seul souci de contribuer au développement des activités nouvelles*⁶ ».

Malgré ce point de vue, beaucoup de sports sont connus au Sénégal. Cependant au niveau national, il existe plus de 40 disciplines sportives régies par des fédérations ou des comités nationaux provisoires (CNP) et mises à la disposition de tous les Sénégalais sans discrimination. Il est évident qu'à l'heure actuelle, on peut former des champions à tous les niveaux, mais au préalable, il faudrait nécessairement susciter des intérêts à tous les stades à faire découvrir à la jeunesse toutes ces disciplines sportives. Néanmoins, la plupart des sports sont presque relégués dans l'anonymat. Ce phénomène émanerait du peu d'importance et du manque de visibilité que leur accorde la presse. Ce faisant, il y a une dichotomie entre Seidler et la réalité sénégalaise car la majeure partie de nos moyens d'information cadrent leurs rayons d'actions sur les disciplines qui ont une assise solide sur le plan national, alors « *le développement du sport n'est pas concevable non plus sans le concours des médias d'information*⁷ »

Jusqu'au seuil des années 1960, les grands quotidiens ont conservé leur suprématie sur l'information.

Entre les moyens d'information, la règle d'or est encore celle de la complémentarité. C'était le règne de la formule de Hubert Beure Mery, fondateur du monde (quotidien Français) : « *la*

⁶Edouard Seidler : « le sport et la presse », P. 5

⁷Jacques Habib SY : « l'information écrite et radiodiffusée », P. 17

radio annonce l'événement, la télévision la montre, la presse l'explique ». A force de croire inéluctables les vocations respectives qu'on leur prêtait, les médias étaient devenus, chacun, ce que l'on croyait qu'ils étaient. Les convictions collectives font partie de la réalité sociale elle-même ; et l'on sait, à cet égard, la force ou les vertus des prédictions créatrices. Rien d'étonnant alors, si la presse écrite et plus particulièrement les quotidiens se vouaient principalement au commentaire, la radio et la télévision accordaient la priorité respectivement à la musique et aux spectacles de variétés. Le reste, dans les trois cas, n'y apparaît que de façon subsidiaire.

Cette répartition des tâches rappelle une tactique bien connue des économistes : ce qu'elle exprime, c'est le refus de la concurrence. Sous le couvert d'une complémentarité inéluctable entre les tactiques, elle consiste surtout à éviter les difficultés ou les défis auxquels exposerait la rivalité sur un même terrain. Le résultat d'une telle manœuvre réside forcément dans une spécialisation arbitraire ne correspondant nullement aux possibilités que recalent les différents moyens de diffuser de l'information.

Au tournant des années 80, la concurrence reprend tous ses droits. Pour la presse, c'est la fin d'un quasi-monopole sur l'information d'actualité. Dans le même temps, les différents médias, la presse comme le cinéma, la radio comme la télévision, s'engagent dans la voie de la diversité, chacun à sa façon. C'est une loi familière aux économistes : au-delà d'un certain seuil de développement, la diversification est le prix d'une croissance continue. La concurrence accrue entre les médias et la diversité croissante de chacun d'eux se conjuguent pour multiplier les guerres de l'information publique : le marché de l'information tend à s'atomiser, tandis que les médias s'ouvrent à d'instruments à des communications sociales plus diverses.

Au Sénégal, les circonstances favorisent l'irruption de la radio dans l'information d'actualité, longtemps chasse gardée des grands quotidiens.

L'entrée en lice de la radio et de la télévision, l'évolution rapide du marché du livre : la simultanéité de deux phénomènes à la sévérité des assauts contre le monopole séculaire des quotidiens. Moins assurés d'un public fidèle que leurs régionaux, les grands nationaux jouent la carte de la qualité. Ils tentent de se rassurer eux-mêmes en soulignant que la presse « de qualité » et « de commentaire » résiste mieux aux assauts de la télévision que la presse « de distraction ».

Sans renoncer aux illustrations, désormais en quatre (la quatricromie) couleurs les quotidiens misent d'avantage sur le « sérieux » des informations et sur la qualité des commentaires.

D'un autre coté, les quotidiens développent les rubriques locales, avec les faits divers et l'annonce des naissances et des décès, en même temps que les rubriques de renseignements ou de services.

Le sport est devenu au Sénégal plus qu'ailleurs une activité d'intérêt national. Les victoires remportées par des sportifs noirs (cas d'Usain Bolt) raniment la fierté des africains dans un monde où la primauté, dans la plupart des autres domaines, est détenue par des nations industrielles du Nord.

La médiatisation des activités sportives a aussi gagné l'Afrique en général avec la radio et plus encore avec la télévision. Mais la presse écrite y participe sous un double aspect : la place croissante du sport dans la presse quotidienne ou hebdomadaire d'information générale et le développement d'une presse sportive nationale ou étrangère.

L'information sportive a pris de plus en plus d'importance car elle a une influence certaine dans l'opinion. Dans les quotidiens gouvernementaux qui subissent en Afrique francophone la concurrence de la nouvelle presse, l'information sportive est un moyen de fidéliser les lecteurs. Les informations sportives ne sont pas seulement rassemblées dans une ou plusieurs pages, elles figurent souvent dans les gros titres de la première page avec photo.

Toutefois l'importance du débat politique depuis la fin des années quatre-vingt avec la remise en cause des dirigeants, les conférences nationales ou l'introduction du multipartisme ont réduit dans certains journaux la place du sport.

L'Institut Universitaire de Technologie (division tertiaire) à l'Université de Dakar avait fait une étude sur **le Soleil** en 1982 où 16,6% de la surface du journal était consacré au sport, principalement le football suivi par les sports de combat. Un sondage effectué sur 1900 personnes de plus de 15ans à Dakar et à Bambey en 1984 faisait ressortir que l'information sportive était celle que recherchait en priorité la plus forte majorité des lecteurs, principalement sur le football sénégalais.

En 1992 le football est toujours le plus traité, suivi du basket ; surtout le samedi et le lundi.

Le lundi 19 juillet 1993, 5 pages du Soleil sur 16 sont consacrées au sport, dont la majeure partie de la Une qui rend compte de la « déroute des Lions » (l'équipe de football) face au Maroc. Mais le sport occupe aussi la Une en milieu de semaine, par exemple le jeudi 15 juillet avec deux titres sur le basket et sur la lutte. Nous constatons que la presse accorde une importance particulière à l'actualité sportive qui occupe une place très importante dans presque tous les quotidiens, à la coupe du monde de football en 2002 (en Corée du sud et au Japon), la victoire des lions contre la France le 31 Mai 2002 était la fierté de toute une nation.

Il en est de même au lendemain du match Sénégal – Cote d'Ivoire le 13 octobre 2012 au stade Léopold Sédar Senghor de Dakar. En réalité suite à la défaite des Lions de la Téranga synonyme de leur élimination à la CAN 2013, à la violence orchestrée par les supporters Sénégalais, à l'interruption du match à la 76ème minute, le sport a dominé toute l'actualité nationale en cette période de même que durant tous les grands événements sportifs nationaux et même internationaux.

VII. PRESENTATION DE L'OUTIL D'ETUDE

1. Le quotidien : « STADES »

Avant de devenir un quotidien d'informations sportives national et international « STADES » a connu une histoire intéressante à évoquer. Déjà en octobre 2003 de par son faible public constitué de peu de Sénégalais, ce journal était d'abord hebdomadaire, et édité par le groupe AFRICOM « Africaine Communication Edition » et sa production intéressait de plus en plus de Sénégalais, le journal évolua et se transforma en un bihebdomadaire d'octobre à décembre 2003.

Grace à l'importance que lui ont accordés ses clients et du fait de l'absence de journaux concurrentiels, il finit par connaître un essor considérable et devient quotidien le 5 janvier 2004 pour répondre à l'absence sur le marché d'un quotidien sportif qui paraît six jours sur sept dans la semaine.

Au Sénégal, il n'y a pas de distribution de la presse le dimanche.

Le journal traite spécifiquement de l'actualité sportive nationale et internationale composée de football, de basketball, de volleyball, de rugby, de l'athlétisme, de la natation de quelques sports de combats comme le judo le karaté...

Le quotidien a pour priorité le traitement de l'information du football qui a causé sa popularité occupe l'essentiel de sa pagination journalière, les autres sports ont une place selon leur importance au niveau national ou de la représentation des compétiteurs nationaux à l'échelle internationale.

2. Les moyens

Compte tenu des impératifs que demande un quotidien, « AFRICOM » dispose du nécessaire pour assurer la bonne marche de son journal.

Parmi les moyens fondamentaux, il y a le matériel, les finances et le potentiel humain.

a. Le matériel

« AFRICOM » dispose de cinq voitures pour assurer la distribution du journal, le déplacement des journalistes aussi bien pour les reportages que pour leur transport au lieu de travail qui doit se faire le plus rapidement possible et sans entraves.

Il compte un laboratoire de photographie pour le traitement des images du journal et du matériel photo nécessaire pour les reportages.

L'impression du journal est assurée par le groupe « AFRICOM » lui-même qui est autonome dans ce domaine car disposant d'une imprimerie de type moderne. Il est important de noter que cette imprimerie est sise dans les mêmes locaux que le journal et qu'elle est munie d'un matériel électronique sophistiqué lui permettant de faire des tirages de qualité.

Pour cette raison, le journal a amélioré sa présentation par rapport aux années précédentes.

Sur le plan du papier qui est un aspect non négligeable, le groupe « AFRICOM » bénéficie des prix de péréquation et des approvisionnements réguliers par le simple fait qu'elle est membre de la coopérative des sociétés professionnelles du papier.

En outre, « AFRICOM » dispose de télécriteurs pour la réception des nouvelles étrangères.

b. Le potentiel humain

Là également « AFRICOM » possède un collectif assez important car en dehors de ses agents administratifs composés de trois cadres et leurs secrétaires, il compte une dizaine de journalistes, trente deux au total dont la majeure partie est issue du Centre d'Etude des Sciences et Technologies de l'Information (CESTI), auxquels viennent s'ajouter quinze ouvriers et manœuvres pour l'entretien de la maison et du matériel.

c. Les finances

De par son caractère commercial et de son statut, il est tout à fait indépendant, néanmoins, il vise des recettes des insertions publicitaires qui lui sont d'un apport substantiel considérable pour son bon fonctionnement.

d. Organisation et Administration de « STADES »

Liée à des contraintes statutaires, l'organisation de l'administration de « STADES » se structure comme suit :

- La direction générale,
- Un secrétariat général,
- Une direction administrative et financière qui coordonne les activités des services du personnel, de la comptabilité, du service de l'administration générale et de l'équipement (S.A.G.E.) et du service des abonnements.

Au sein du service des abonnements, il existe une section qui s'occupe de la distribution et du contrôle.

Quant au SAGE, il est responsable du parc automobile et de l'entretien du bâtiment.

Par ailleurs, il y a le service de la rédaction qui est dirigé par un rédacteur en chef dont dépendent les différents « desks », les grands reportages (national, régional et étranger) autrement dit le fonctionnement du travail tout entier.

e. Les différents services

En dehors de l'administration, du service du personnel et du service financier qui œuvrent pour la bonne marche et assurent la gestion de l'entreprise, il existe différents services qui constituent le noyau central du journal, en l'occurrence les « desks »

➤ Le « desk nation »

Il constitue le pilier du quotidien. De par la surface qu'il occupe dans le journal et du nombre de journalistes qui y sont affectés, il occupe une place prépondérante. Il traite des nouvelles nationales dont l'ampleur et l'importance dépassent le cadre régional.

➤ Le « desk des grands reportages »

Nouvellement créé, il travaille sur les grands dossiers qui concernent principalement la vie nationale et qui nécessitent une enquête étalée sur une période plus ou moins longue. Ces enquêtes sont généralement confiées à des journalistes expérimentés.

➤ Le « desk étranger »

Il est, quant à lui, orienté vers les nouvelles internationales donc censé effectuer des fois des déplacements en dehors du pays. Cependant, il travaille la plupart du temps à partir des articles des agences qui lui livrent des informations sportives et le plus souvent sur le football.

➤ Le « desk régions »

Ce service est le miroir de la société sénégalaise à travers lequel on peut avoir et se faire une image du Sénégal. Son travail est consacré aux nouvelles régionales qui n'entrent pas dans le cadre central du gouvernement. Au niveau de Dakar, cependant du fait de son

envergure, des succursales ont été ouvertes dans les différentes régions du pays qui dépendent directement du service central.

Mais pour certaines régions où on ne trouve pas toujours des journalistes professionnels ; si l'événement est d'une importance extrême, des journalistes sont envoyés pour la couverture.

➤ **Le « service photo »**

Compte tenu de l'importance de la photographie dans la présentation d'un journal, « STADES » compte un service photographique chargé de la couverture quotidienne. Ce service travaille principalement avec tous les « desks » mais beaucoup moins avec le « desk Etranger », il est composé de deux photographes et de deux laborantins.

f. La collecte des nouvelles

A cause de son option, de l'insuffisance des moyens de communication et de son caractère de journal spécialisé aux (sports), « STADES » fournit des informations venant de par le monde. Il s'appesantit aussi sur le plan national qu'international.

VIII. Les Informations

➤ Sur le plan international

Il dispose de plusieurs correspondants disséminés un peu partout notamment en République de Guinée. Parmi ces derniers, certains collaborent avec la rédaction sous forme de contrats individuels estimés au forfait. D'autre part, ce journal coopère avec des homologues étrangers par exemple STADES de Guinée.

En outre, « STADES » est abonné auprès de différentes agences de presse qui ont pour rôle d'envoyer des nouvelles le plus promptement possible ; elles sont reçues au niveau du journal par courrier électronique via l'internet.

Parmi ses principaux clients, on peut citer : l'Agence France Presse (AFP), et l'Agence de Presse Sénégalaise (APS). A l'exception de cette dernière l'abonnement se fait sous contrat périodique.

Cependant si l'évènement est d'une grande envergure, un « envoyé spécial » y est accrédité ; ce dernier appartient la plupart du temps aux « desk Etranger » ou « Grands reportages ». Ceci, afin de permettre à ses lecteurs de recevoir les informations dans les plus brefs délais.

➤ Sur le plan national

Au niveau de Dakar, ce sont les reporters qui, le plus souvent de leur propre initiative, fréquentent les différents endroits où ont lieu les manifestations : également les samedis, les dimanches et les mercredis. Parfois, il arrive que le chef de service demande aux journalistes d'effectuer des reportages ou de faire des enquêtes.

Mais compte tenu du nombre élevé des disciplines par rapport au nombre peu important de journalistes, certains résultats ou articles proviennent directement des fédérations ou pratiquants : sports équestres, golf, pétanque, etc....

Le transport des journalistes étant assuré par les moyens du service, il a été élaboré au sein du service, une répartition des tâches en fonction des disciplines et des journalistes et qui s'établit comme suit :

5 à 10 affectés au football : parmi eux le chef du service ;

3 s'occupent du basketball et de la natation ;

2 traitent le handball ;

5 chargés de l'athlétisme ;

2 s'occupent des sports mécaniques (auto et moto), tir, planche à voile, tennis, golfe etc.

En ce qui concerne les pigistes :

1 s'occupe du judo, du karaté et des disciplines assimilées.

2 du football, chargés des sports corporatifs, des « navetanes » et petites catégories ;

1 pour le basketball, la boxe et le volleyball ;

1 pour les courses hippiques.

A noter que le « STADES » ne traite pas la lutte, car le groupe AFRICOM dispose d'un autre quotidien spécialisé en lutte il s'agit de « SUNU LAMB »

➤ **Sur le plan régional**

Le journal collabore avec les ligues ou les services régionaux de l'Etat (inspections régionales).

Ces derniers saisissent les journalistes sur convocation ou par téléphone pour la couverture des différentes manifestations. De ce fait, chaque samedi, le bureau régional fait une réunion de rédaction d'où résulte un bilan critique de la semaine écoulée et des perspectives de la semaine à venir. C'est ainsi que chaque reporter exprime son point de vue sur les événements à couvrir pour qu'en découlent des suggestions et des conclusions finales.

De ce fait après la collecte des informations et leur traitement par le chef de bureau, elles sont acheminées vers le service central et publiées.

Par contre, si la manifestation est importante, des journalistes y sont directement dépêchés.

IX. La collecte des images

Elle s'opère de la même manière que les informations. Pour l'information étrangère, le journal les obtient sur l'internet ou les achète avec les textes ; Par contre, pour certains cas comme les déplacements de l'équipe nationale de football surtout, « STADES » envoie des photographes accrédités, car ce service effectue rarement des déplacements à l'étranger. Cela émane du fait que les frais de voyage deviennent de plus en plus onéreux.

Au niveau de Dakar, le travail est fonction de la demande du rédacteur en chef, laquelle est subordonnée à l'abondance de l'actualité.

Pour les régions, des problèmes se posent parfois ; ils proviennent de l'inexistence de photographes « professionnels » et parfois des images sont achetées, elles peuvent ne pas répondre aux critères journalistiques car au niveau de la qualité, il existe une différence entre une photo de presse et une photo commerciale. Raison pour la quelle, « STADES » est obligé parfois d'envoyer des reporters pour couvrir certaines manifestations.

X. La rédaction

Comme tout journal qui veut avoir une audience au niveau de ses lecteurs, « STADES » s'efforce d'aller à la rencontre de son public, mais à cause de l'abondance des informations, la pagination pose souvent des problèmes. Pour ce faire, le choix des articles se fait en deux temps : d'abord au sein des « desks » qui fonctionnent de façon autonome et ceci sous la responsabilité du chef de service dont le principal rôle est d'animer son secteur tout en donnant le ton tant à l'actualité nationale qu'internationale. Ensuite s'effectue un deuxième tri qui s'opère au niveau du service de la rédaction sous la direction du rédacteur en chef avec la collaboration de l'équipe.

La rédaction tient deux réunions par jour : une à 12 heures et une autre à 18 heures en fonction de l'importance de l'actualité sportive de la journée, la première la plus importante permet de faire une critique exhaustive du journal précédent, ceci en vue de la préparation de l'édition à venir tout en discutant sur les articles à prévoir et de leurs modalités de traitement. En gros, la conception du journal se fait le matin.

La deuxième reste une réunion de confirmation qui a l'avantage de fournir de plus amples détails sur les informations, d'apporter des modifications éventuelles et de corriger les articles. Néanmoins, les orientations du matin restent valables. Si, après ces deux réunions, quelques articles n'obtiennent pas de place, ils sont publiés plus tard car « STADES » se veut un journal d'information.

XI. La distribution

Par le biais de l'Agence de Distribution de Presse (ADP) qui a le monopole de la messagerie au Sénégal, STADES est selon son administration ventilé aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays. « STADES » paraît quotidiennement à l'exception du dimanche et des jours fériés. Sa vente est plus importante les lundis, les vendredis et les samedis.

Ainsi trente mille exemplaires sont imprimés le plus souvent par jour et compte tenu de l'importance de l'actualité le service peut tirer jusqu'à cinquante mille exemplaires par jour.

Sur le plan national, ce quotidien est acheminé vers plus de huit cents points de vente éparpillés à l'intérieur du pays par voie terrestre toujours par le concours de l'ADP qui vient récupérer les journaux après leur impression.

Parmi ses principaux clients : l'administration (ministères et organismes étatiques), les banques, les cabinets d'expertise, l'armée, les missions diplomatiques et les centres de

documentation. En dehors de la vente faite par l'ADP, « STADES » est vendu librement au niveau de tous les kiosques ou à la criée dans certains points de Dakar.

Le journal coûte 100 francs.

XII. Collecte et traitement de l'information

Grâce à la planification des différentes manifestations sportives et leur prévision dans un calendrier, la tâche des reporters est tout de même simplifiée. Ainsi après la couverture des événements qui ont lieu la plupart du temps les « week end », les journalistes rédigent le dimanche les articles écrits pour le journal du lundi. Cette rédaction s'articule autour des comptes rendus des manifestations les plus importantes c'est-à-dire censées intéresser le grand public, des commentaires et des interviews des différents acteurs.

C'est au travers de ces articles que les journalistes apprécient les rencontres sportives et les lecteurs. Ce genre d'articles est privilégié du lundi au jeudi, de chaque semaine. Dès le vendredi commence la présentation des rencontres du week end, cette présentation n'est autre qu'une propagande tendant à inciter les différents adeptes à suivre les manifestations et à susciter un intérêt pour le sport. Ce sont donc des articles à caractère publicitaire. Cette stratégie est également valable pour le samedi.

Néanmoins, si au cours des événements sportifs, des faits contraires à l'esprit sportif sont notés, les journalistes font des articles pour les condamner de façon systématique. Ils en parlent de façon ponctuelle. Il va de soi que les bons actes, le fair play sont appréciés et salués.

XIII. La pagination

La pagination est en fonction des jours et de l'importance de l'actualité, elle varie de huit à seize pages. Et on constate que le journal présente plus de pages les samedis et les lundis car ces jours se trouvent être les périodes de pointe.

Cependant, une place est accordée aux lecteurs afin de leur permettre d'exprimer leurs points de vue sur les aspects du sport sénégalais mais leurs réactions sont assez rares.

Le plus souvent les articles sont illustrés par des photos. L'utilisation de ces dernières, est toujours fonction de l'intérêt et de la place disponible.

La couleur d'accompagnement de « STADES » est le rouge ; pourtant, il arrive des fois qu'on utilise une ou deux photos et même parfois d'autres couleurs à la page « une » lors des grands événements telles que les finales. Ce fait est rare cependant à cause du coût de l'opération.

XIV. Les perspectives

Le journal consacre la plus grande partie de son travail au football.

En effet, la place attribuée au football se comprend si on considère l'engouement que la population sénégalaise lui accorde allant jusqu'à concevoir que le football est le sport roi.

Il draine énormément de monde et mobilise des foules extraordinaires.

Le football est un élément consensuel de premier ordre qui imprègne la conscience de toutes les couches sociales (riches et pauvres, jeunes et moins jeunes, femmes et hommes).

Il est plus mobilisateur que la politique, plus unifiant que la Constitution.

L'opération du Mondial Corée-Japon de l'an 2002 a été un moyen de mobilisation et de symbolisation de l'unité nationale.

Elle a créé un consensus unique dans l'histoire du pays autour de l'équipe nationale. Tous les groupes sociaux (quelques soit leur âge ou leur sexe), le groupement économique, les entreprises publiques et privées se sont mobilisées pour apporter leur contribution financière pour la préparation et la participation de l'équipe nationale à la Coupe d'Afrique des nations.

Plus récemment, la qualification de l'équipe nationale de football à une première phase finale du championnat des Jeux Olympiques a donné lieu à une liesse populaire dans les coins et recoins du pays.

L'accueil triomphal qui a été réservé aux joueurs de retour du Mondial 2002 et récemment la mort de Jules François Bocande (07 Mai 2012), ancien joueur de l'équipe nationale de football constituent des indicateurs de l'impact populaire, politique et social du football.

C. Pociello (1995) souligne à juste titre : *« la fascination que le football exerce sur ces supporters dépend de curieux processus d'identification. Elle repose sur la capacité de ce sport collectif d'affrontement à symboliser les traits les plus caractéristiques de la société (ou de la communauté) qui les produit et devant laquelle ils sont mis en jeu et mis en scène ».*

Les décideurs en ont fait un outil efficace d'expression politique, selon Abiboulaye Ndiaye (1990), l'histoire contemporaine offre de nombreuses illustrations.

L'ancien président Mobutu du Zaïre s'était rendu compte dans les années 60. Que l'un des rares endroits où ses compatriotes réagissaient en nation étaient le stade Tata Raphael de Kinshasa. Du coup, il avait pu entrevoir en la pratique footballistique un moyen de cimentation de l'unité nationale de son pays.

Avant lui le premier chef d'Etat ghanéen Kwamé Nkrumah, a voulu, par le symbole que constituait l'équipe nationale de football de son pays, pérenniser son idéal fédéraliste.

L'équipe nationale fut baptisée « Etoile Noire » (Black Star) et non « Etoile Ghanéennes ».

Les navétanes, spécificités sénégalaise, constituent un phénomène de mobilisation sociale sans commune mesure à l'échelle du pays. L'organisation de compétitions plus populaire que le championnat professionnel est un indice de la vulgarisation et de la popularisation du football. Des matches de football se disputent partout dans le pays par des associations sportives et culturelles qui constituent un immense vivier pour le football national. A travers les associations sportives et culturelles, les populations se réapproprient le football et en font un jeu local.

Les populations, toutes couches sociales confondues ont montré à maintes reprises à travers les activités des associations sportives et culturelles notamment les matches de football, les « fourels » (danses folkloriques) et le mouvement « set-setal » (nettoyage des lieux publics) qu'elles étaient porteuses d'un grand enthousiasme et d'une grande capacité de mobilisation.

Le journal prévoit pour l'avenir dans son plan de travail des innovations rédactionnelles. Cette méthode consisterait à inclure des articles de fond, à faire des chroniques sur des faits sportifs, chaque vendredi ou chaque samedi en vue de toucher un grand nombre de lecteurs.

Conclusion

Ce bref aperçu permet d'avoir une idée globale sur le fonctionnement du quotidien « STADES ».

On a affaire à un journal typiquement commercial, dont le caractère essentiel est d'atteindre le public le plus large.

Dans un deuxième temps la qualité de l'information fait partie intégrante du journal, et il est confronté à des difficultés de moyens.

Sa cible est le grand public

CHAPITRE III:
PRESENTATION ET
ANALYSE DES RESULTATS

CHAPITRE III: Présentation et Analyse des résultats

Après les observations que nous avons effectuées, il s'agit maintenant de vous présenter les résultats auxquels nous sommes parvenus en vue de leur commentaire.

I. Présentation et analyse des tableaux des Praticquants

Tableau I : Identification de la population

Question N°1 : Quel est votre âge ?

Catégories d'âge	Effectifs	Fréquences
0 à 25 ans	11	36,7%
26 0 35 ans	18	60%
36 0 65 ans	1	3,3%
66 et plus	0	0,0%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Sur le premier plan, le tableau I, sert à identifier les catégories d'âges de la population interrogées qui nous montre que nous avons au total trente (30) praticquants âgés entre 0 à 65 ans et plus, composée de jeunes, des moins jeunes, des adultes et des vieux.

Nous constatons d'abord dans notre échantillon la présence d'une population moins jeunes âgée de 0 à 25 ans avec 37% ensuite une forte représentations d'une population âgée de 26 à 35 ans avec 60%.

Cependant nous remarquons une faible participation des personnes âgées de 36 à 65 ans avec 3,3% ainsi la dernière tranche d'âge comprise entre 65ans et plus qui ne présente que 0,0% dans notre étude.

Tableau II : Identification des sexes.

Question N°2 : Quel est votre sexe ?

Sexes	Effectifs	Fréquences
Masculin	22	73,3%
Féminin	8	26,7% ¹
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Se caractérise par une domination des hommes avec 73,3% au détriment du genre féminin qui représente 26,7%.

Tableau III: l'Identification de la nationalité

Question N°3 : Quelle est votre nationalité ?

Nationalité	Effectifs	Fréquences
Sénégalais	29	96,7%
Non Sénégalais	1	3,3%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Sur ce plan et globalement les données obtenues au niveau des pratiquants montrent que les Sénégalais donnent l'échantillon choisi avec 96,7% et les étrangers (non Sénégalais) ne représentent que 3,3%.

Tableau IV : l'Identification de la situation matrimoniale.

Question N°4 : Quelle est votre situation matrimoniale ?

Situation Matrimoniale	Effectifs	Fréquences
Marié(é)	10	33,3%
Célibataire	20	66,7%
Divorcé(e)	0%	0%
Veuf	0%	0%
Veuve	0%	0%
TOTAL OBS	30	100%

Analyse:

Dans le tableau IV qui sert d'identification de la situation matrimoniale des acteurs en sport, on peut relever que tous les acteurs sont représentés dans cet échantillon de trente (30) personnes . Ceux qui produisent le spectacle en premier (athlètes, joueurs), treize (13) sans distinction dans la discipline.

La plus forte représentation se trouve dans la catégorie des dirigeants du sport, dix sept (17) au total.

Ainsi les célibataires dominent l'échantillon avec 66,7%, suivi des mariés (e) qui représentent 33,3% mais on a pu constater que les autres à savoir les divorcés veufs et veuves ne sont pas représentés dans cette étude.

Tableau V : L'identification du secteur d'évolution des pratiquants.

Question N°5: Quelle est votre secteur d'évolution ?

Secteur d'évolution	Effectifs	Fréquences
Etudiant	22	73,3%
Chômeur	2	6,7%
Salarié(e)	6	20,0%
Retraité(e)	0	0,0%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Ce tableau identifie le secteur d'évolution des différents acteurs en sport. Il nous fait constater que les étudiants pratiquants prédominent dans cette rubrique avec 73,3% suivi des salarié(e) avec 20% et enfin des chômeurs avec seulement 6,7%, cependant les retraité(e) sont absents dans cette étude.

Tableau VI: Récapitulation des réponses à la question ouverte destinée aux pratiquants concernant le quotidien STADES

Question N°6 : Lisez-vous le journal STADES ?

Lisez-vous le journal STADES?	Effectifs	Fréquences
Oui	28	93,3%
Non	2	6,7%
TOPTAL OBS.	30	100%

Analyse:

En se référant au tableau ci-dessus portant sur la lecture du quotidien, nous constatons que vingt huit (28) personnes parmi trente (30) sujets interrogés lisent le journal en répondant par oui ce qui présente 93, 3% dans notre travail mais néanmoins il y a des personnes qui ne lisent pas le journal STADES et qui ont répondu par non au nombre de deux (2) estimées à 6,7% .

Tableau VII : L'étude du niveau de satisfaction des pratiquants à la production du journal STADES.

Question N°7 : Etes-vous satisfait de la qualité du journal ?

Etat de satisfaction	Effectifs	Fréquences
Oui	25	83,3%
Non	5	16,7%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Sur ce tableau, nous voyons que le niveau de satisfaction des pratiquants interrogés est favorable en répondant par le oui qui dominant avec 83,3% contre les non qui ne représentent que 16,7%.

II. Présentation et analyse des tableaux des lecteurs

Tableau I: Identification de L'âge des différents lecteurs interrogés.

Question 1: Quel est votre âge ?

Catégorie d'âge	Effectifs	Fréquences
0 à 15	2	6,7%
16 à 25	10	33,3%
26 à 35	7	23,3%
36 à 65	6	20%
Plus de 65ans	5	16,7%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Dans ce tableau qui sert à identifier les catégories d'âge de la population interrogée au nombre de trente (30) au total âgée de 0 à 65 ans et plus, montre une faible participation des moins jeunes de (0 à 15ans) qui représentent une fréquence moins élevée de 6,7%, la tranche d'âge qui va de plus de 65ans est un peu plus élevée cette dernière avec 16,7%, que toute la catégorie comprise de 36 à 65 ans occupe 20% de l'étude et la catégorie qui va de 26 à 35 ans présente 23,3% . Cependant on constate ici que c'est la catégorie qui s'étale de 16 à 25 ans occupe la majorité des personnes interrogées avec un taux 33,3%.

Tableau II: L'identification des sexes.

Question 2: Quel est votre sexe ?

Sexes	Effectifs	Fréquences
Masculin	16	53,3%
Féminin	14	46,7%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Dans ce tableau II, nous constatons une large présentation du genre masculin dont seize (16) sur trente (30) personnes interrogées avec un pourcentage de 53,3%, mais le genre féminin n'est pas en reste et représente quatorze (14) interrogés avec une fréquence de 46,7%.

Tableau III : L'identification de la nationalité des personnes rencontrées.

Question 3: Quelle est votre nationalité ?

Nationalité	Effectifs	Fréquences
Sénégalaise	28	93,3%
Non sénégalais	2	6,7%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Sur ce plan global les données obtenues au niveau des lecteurs montrent que les Sénégalais dominent l'échantillon avec vingt huit personnes rencontrées pour une fréquence de 93,3% et les étrangers (non sénégalais) représentent une fréquence de 6,7%.

Tableau IV: L'identification de la situation matrimoniale des intervenants.

Question 4: Quelle est votre situation matrimoniale?

Situation Matrimoniale	Effectifs	Fréquences
Marié(e)	11	36,7%
Célibataire	18	60%
Divorcé(e)	1	3,3%
Veuf	0	0,0%
Veuve	0	0,0%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

La plupart des lecteurs interrogés sont des célibataires au nombre de dix huit (18) sur un total de trente (30) lecteurs avec une fréquence de 60%, suivi des mariés(e) qui sont nombre de onze (11) personnes interrogées soit une fréquence de 36,7%, néanmoins nous avons pu rencontrer une (1) seule divorcé(e) qui occupe 3,3%.

Cependant, l'échantillon ne montre pas l'existence d'un veuf ni de veuve.

Tableau V: L'identification du secteur d'évolution des différentes personnes interrogées.

Question 5: Quel est votre secteur d'évolution ?

Secteur d'évolution	Effectifs	Fréquences
Etudiant	14	46,7%
Chômeur	5	16,7%
Salarié(e)	9	30%
Retraité(e)	2	6,7%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Ce tableau identifie les différents secteurs d'évolution de l'ensemble des lecteurs rencontrés dans notre étude, ainsi nous avons constaté que les étudiants au nombre de quatorze (14) participants dans un nombre total de trente interrogés représentent 46,7%, suivi des salariés(e) avec neuf représentants soit 30%, les chômeurs sont présents avec une fréquence de 16,7%, quant aux personnes retraitées on en a rencontré que deux (2) soit 6,7%.

Tableau VI: Récapitulation des réponses à la question ouverte destinée aux lecteurs concernant le quotidien STADES.

Question 6: Lisez-vous le journal STADES?

Lisez-vous le journal STADES?	Effectifs	Fréquences
Oui	26	86,7%
Non	4	13,3%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

En se basant sur ce tableau ci-dessus portant sur la lecture du quotidien STADES, nous avons constaté que vingt six (26) sur les trente (30) personnes interrogées lisent le journal en répondant par oui avec 86,6% dans ce tableau.

Cependant, il existe un petit nombre des intervenants(4) qui ne lisent pas le journal et qui répondent par non dans ce tableau avec 13,3%.

Tableau VII : L'étude du niveau de satisfaction des lecteurs à propos de la production du journal.

Question 7: Etes- vous satisfait de la qualité du journal ?

Etat de satisfaction	Effectifs	Fréquences
Oui	20	66,7%
Non	10	33 ,3%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse:

Dans ce tableau nous constatons que vingt(20) personnes interrogées sur les trente au total sont satisfaites de la production du journal en répondant par oui, soit une fréquence de 66,7% qui domine l'échantillon contre cependant dix(10) personnes qui répondent par non, soit une fréquence de 33,3%.

III. Présentation et Analyse des tableaux des journalistes

Tableau I : Identification des sexe.

Question I : Quel est votre sexe ?

Sexe	Effectifs	Fréquences
Masculin	21	70%
Féminin	09	30%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse :

Dans ce tableau I des journalistes, nous constatons une large domination du genre masculin dont vingt et un (21) représentants parmi seize interrogés au total soit une fréquence de 70% ,cependant le genre féminin n'est ici représenté que par neuf (09) journalistes pour une fréquence de 30%.

Tableau II : Récapitulation des réponses à la question portant sur la lecture du journal STADES.

Question II : Lisez-vous le journal STADES ?

Lisez-vous le journal STADES ?	Effectifs	Fréquences
Oui	30	100%
Non	0	0
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse :

En se basant sur ce tableau II ci-dessus concernant la lecture du journal STADES, nous pouvons dire que l'ensemble des journalistes interrogés trente (30) au total lisent effectivement le quotidien avec 100% des fréquences.

Tableau III : L'étude du niveau de satisfaction des journalistes par rapport à la production du quotidien STADES.

Question III : Etes-vous satisfait de la qualité du journal ?

Etes-vous satisfait de la qualité du journal ?	Effectifs	Fréquences
Oui	18	60%
Non	12	40%
TOTAL OBS.	30	100%

Analyse :

Dans ce dernier tableau ci-dessus nous constatons que dix huit (18) journalistes sur un nombre de trente (30) au total sont satisfait de la qualité de la production du quotidien en répondant favorablement à cette question avec une fréquence de 60%. Cependant on a pu constater que malgré tout il y a des journalistes qui ne sont pas satisfaits de la production du journal au nombre de douze(12) en répondant par non soit une fréquence de 40% .

CHAPITRE IV :
INTERPRETATIONS
ET
PERSPECTIVES

CHAPITRE VI : Interprétations et Perspectives

I. Interprétations des résultats

L'intérêt que l'échantillon global porte au journal STADES (93,3% des pratiquants, 86,7% des lecteurs et 100% des journalistes lisent ce quotidien, ce qui justifie la place que ce dernier occupe par rapport au choix.

Au premier rang les journalistes ont le plus fort taux de pourcentage de préférence 100%. Ils affirment lire le quotidien STADES pour avoir de l'information sportive.

Cet avis des spécialistes est important pour notre étude dans la mesure où on peut le considérer comme un référentiel fiable. En effet, des techniciens se sont prononcés et leurs considérations peuvent être retenues avec fiabilité.

Si STADES obtient cette préférence c'est que son rôle dans le traitement de l'information sportive est incontestable.

Les raisons invoquées portent sur la qualité, la diversité en passant par la richesse des éléments fournis.

Le même point de vue est émis par les pratiquants avec 93,3% et les lecteurs avec 86,7%.

L'ensemble de cette population interrogée dit que les raisons de cette préférence sont à rechercher dans la crédibilité, l'expérience et le professionnalisme dont font preuve les journalistes de STADES.

Cette population estime que la rédaction du journal assure une couverture complète de toutes les disciplines sportives excepté la lutte.

Le contenu est donc exhaustif, de bonne qualité si on considère le fond. La fiabilité des informations est incontestable et les analyses sont approfondies.

En effet, en lisant STADES, on constate le souci d'approcher toutes les disciplines pratiquées, les journalistes essayent de donner un intérêt à chaque fédération qui gère un sport donné. Ils s'efforcent de nous prouver que tous les sports ont leur importance et doivent être portés à la connaissance de tout le monde.

En dehors de cette considération, cette population spécifique de l'étude en occurrence les journalistes, ont insisté sur le fait que les analyses développées dans le STADES sont profondes, non superficielles. Les techniciens s'efforcent d'interviewer les responsables techniques, entraîneurs, directeurs techniques, athlètes et joueurs et livrent de ce fait des analyses techniques adéquates, approfondies qui peuvent convenir à tout un chacun.

Ils ne s'en tiennent pas à l'aspect technique, ils investissent aussi la gestion administrative, ils exploitent en concomitance l'administration et la technique, ce qui assure la bonne marche d'une discipline.

L'échantillon de technicien estime qu'avec toutes ces caractéristiques que STADES est un quotidien qui a pu faire participer les gens en leur donnant goût au sport.

La quasi-totalité des personnes interrogées pense effectivement que STADES a fait que ses lecteurs s'intéressent au sport.

Ainsi, l'ensemble des acteurs du sport composés d'athlètes, de joueurs, de dirigeants et des techniciens accordent une préférence presque aussi considérable que celle des journalistes (93,7%) au quotidien STADES, l'avis conforme de ces deux catégories des spécialistes est logique, cohérent et renforce ce point de vue.

Cependant dans ce genre d'étude, il aurait fallu savoir ce qui les amène au sport ? Est-ce les médias qui les ont pu inciter à s'engager au sport ?

Ce facteur aurait alors contribué à approfondir notre hypothèse et à rendre notre recherche encore plus pertinente en rapport avec le pouvoir de démocratisation des médias et donc confirmer l'intérêt qu'a le sport à utiliser les médias pour renforcer encore, lui aussi, son pouvoir.

II. Les solutions préconisées

Toutes les solutions suggérées dans notre étude ont été adoptées par l'échantillon et le point d'amélioration réside sur le fait qu'ils proposent d'autres éléments assez pertinents.

En effet, les journalistes spécialisés en sport indiquent la nécessité de sensibiliser, d'impliquer les anciens et surtout la publication des journaux exclusivement sportifs ou encore chaque discipline sportive avec son journal spécifique pour mieux connaître la discipline et son impact par rapport aux autres sports.

Ils insistent aussi sur la couverture de toutes les disciplines et de façon égale comme condition déterminante pour accéder à une vraie démocratisation du sport parce que la discrimination qui résulte de l'hégémonie du football pourra être rompue.

Selon les lecteurs, il faut une mise en place de complexes sportifs partout dans le pays ou à défaut dans chaque chef lieu de région.

Ils préconisent une motivation des sportifs et des encadreurs et un recrutement massif de formateurs. Enfin, ils souhaiteraient que les autorités cessent de s'impliquer dans la vie des fédérations ce qui engendre souvent des conflits.

Les acteurs souhaitent la possibilité d'une évaluation afin de pouvoir effectuer les rectificatifs qui s'imposent.

Ils suggèrent qu'on puisse assurer au sport une autonomie financière et éviter l'interventionnisme de l'Etat.

Il faut, selon, les acteurs en sport des subventions conséquentes et une exigence de résultats ; ils exigent une plus grande implication des filles et un développement de l'EPS à l'école.

Ils insistent sur la nécessité de fixer à l'avance et de définir une politique sportive bien élaborée et en adéquation avec les objectifs précis.

Dans la politique sportive, l'Etat définit les options à travers des chartes et décrets qui s'appuient sur des moyens humains et matériels adéquats.

Au Sénégal, la politique sportive est préconisée dans la loi 84-59 du 23 mai 1984 qui reste d'ailleurs en vigueur ; cette loi privilégie l'amateurisme alors que la conjoncture sportive sur le plan national, nécessite une autre approche pour se conformer aux réalités internationales, notre cadre référentiel et de compétitive.

En effet, dans le monde du sport, les rapports ont changé. Bourdieu (1981) a montré que les produits sportifs obéissent à la loi de l'offre et de la demande.

Le champ du sport est devenu un marché dans lequel d'autres critères, d'autres exigences se manifestent et ne pourront pas trouver leurs satisfaction dans le cadre de l'amateurisme.

Cette situation justifie l'exode des joueurs sénégalais vers d'autres lieux (football et basket principalement). Ce phénomène devient de plus en plus inquiétant.

Dans le discours de la campagne présidentielle de Février-Mars 2012, de l'actuel président de la république Monsieur Macky Sall avec sa coalition « Macky 2012 », on ne perçoit pas la nécessité de reprendre la loi 84-59 pour l'actualiser et remettre en cause l'unique formule de l'amateurisme.

Cependant, dans la déclaration de politique générale de son premier gouvernement dirigé par Monsieur Abdoul Mbaye du 10 septembre 2012, il compte mettre en œuvre de nouvelles stratégies pour une amélioration et une innovation de cette dite loi.

Ainsi, il est bien spécifié que les « grandes orientations de notre politique sportive concernent : la promotion de l'éducation physique, la formation des cadres, le développement des métiers liés au sport et l'insertion sociale des sportifs, la dynamisation des instances de concertation, de communication avec le mouvement sportif et les autres partenaires ».

Les solutions préconisées dans le cadre de cette présente étude renforcées par les suggestions et les exigences définies par la population de l'étude, peuvent obtenir leurs réalisations dans le cadre de telle décision. Mais elles devront s'appuyer sur des textes législatifs adéquats autres que ceux stipulés par la loi 84-59 du 23 mai 1984.

D'autres souhaitent une plus grande implication des filles et un développement de l'éducation physique et sportive à l'école.

Les acteurs estiment également que le journal STADES doit beaucoup œuvrer pour la promotion des sports les moins connus, de vulgariser et de vendre le championnat local et professionnel, faire la promotion des jeunes joueurs dans toutes les disciplines, d'inciter les investisseurs à financer le secteur sportif, créer de nouveaux centres d'apprentissage et de formation à l'instar de DIAMBAR de Saly (centre de formation et éducation du football qui est aujourd'hui une équipe dans le championnat professionnel du Sénégal en ligue I).

Ainsi pour les lecteurs, les journalistes et même les pratiquants, la presse et particulièrement le quotidien STADES doit mieux s'impliquer dans les fédérations, pour servir de relais et les journalistes de se spécialiser dans une discipline, pour une plus grande accessibilité des supporters de communication, ils souhaitent une presse spécialisée en sport.

Il urge d'opter pour une application effective et concrète de toute politique générale élaborée par gouvernants.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Le but recherché à travers ce mémoire est d'analyser la place de l'information sportive dans la presse écrite sénégalaise sous deux aspects : d'une part son impact dans les journaux généralistes du traitement de l'information et d'autre part l'influence du quotidien STADES dans la promotion du sport au Sénégal.

Cette étude a permis de prouver que les chances accordées à toutes les disciplines ne sont pas égales et que le sport en général se voit pénaliser par la quantité d'articles qui leur est accordée de même que leurs modalités de traitement.

L'étude menée a aussi permis de cerner et de dégager certaines insuffisances qui sont à l'origine de ces problèmes.

En cela, il a été élaboré un ensemble de solutions qui pourraient contribuer grandement au développement du sport Sénégalais par le biais d'une presse sportive bien armée.

En effet, l'examen des nouvelles orientations à prendre en matière de presse sportive, il ressort en définitive que la nécessité promouvoir un bon nombre de disciplines et de l'éducation physique et du sport en général, implique la mise en œuvre de moyens suffisants, c'est du moins la principale leçon que l'on tire de la crise de la presse sportive puisqu'elle n'a pu être empêchée malgré les efforts déployés dans ce secteur.

Plus on est en dehors d'une situation, plus il est aisé de formuler des jugements et des critiques sans pour autant être imprégné de la situation et de connaître les facteurs qui entrent en ligne de compte et le processus auquel elle est liée.

Cependant, il existe deux questions sur lesquelles il conviendrait de revenir :

- Pourquoi le « Phénomène » Football intéresse-t-il tant le public sénégalais et pourtant les footballeurs n'ont pas gagné grande chose comparé aux autres disciplines comme le basket et l'athlétisme entre autres ?
- Ensuite qu'elle est l'attente des lecteurs sportifs face à l'offre de la presse sénégalaise ?

Mais sans nul doute, l'essor du sport Sénégalais et le développement de la presse sportive appelleraient une action nouvelle de notre part,

- Un effort d'imagination qui rompt avec les méthodes classiques et nous affranchisse de toute aliénation.
- Une volonté de penser par nous-mêmes et pour nous-mêmes, une presse sportive inspirée par ce génie créateur de notre peuple qui tire son authenticité de la symbiose de nos valeurs culturelles et des apports enrichissants du monde moderne, une presse

sportive conçue pour le mieux-être des sportifs sénégalais pour un sport tourné vers le progrès.

Enfin, nous ouvrons rapidement l'éventail de recherche aux autres secteurs de la presse : la radio et la télévision pour tenter une étude similaire.

Théorique : Des connaissances limitées en Sémiologie indispensables pour procéder à une analyse de contenu nous ont orienté vers l'utilisation du questionnaire pour effectuer ce travail de recherche.

Les nombreuses séances de travail tenues avec les professeurs de l'INSEPS, mes encadreurs et l'équipe de la rédaction du journal STADES m'ont permis cependant de mieux cerner la complexité de la problématique autour des rapports entre les Médias et le Sport.

Matériel : Le temps a été déterminant dans l'élaboration du présent mémoire. Outre les obligations de la station, la diffusion des questionnaires et leurs retraits ont nécessité un temps relativement long. Les difficultés évoquées ne réduisent pas la portée de notre problématique et les résultats auxquels nous sommes parvenus. Le travail de recherche qui trouve son aboutissement dans le présent mémoire, est loin d'être achevé. Le rôle de la presse écrite dans la promotion du sport ouvre de nombreuses pistes de réflexion.

En effet notre étude a montré que les Sénégalais s'intéressaient au sport par leur quotidien et donc, une presse de communication événementielle était possible par le biais des quotidiens.

Si les valeurs culturelles changent d'un pays ou d'une ethnie à l'autre, les valeurs sportives, restent les mêmes partout.

Le sport est présenté comme l'aube d'une culture mondiale planétaire. En contribuant à sa vulgarisation, la presse ne réalise-t-elle pas d'une entreprise d'acculturation qui conduit à une déculturation ?

BIBLIOGRAPHIE

DOCUMENTS CONSULTÉS

BALLE Francis Média et Société

BALLE Francis : Dictionnaire des Média sous la direction

BOURDIEU, Pierre « Comment peut-on être sportif » in questions de sociologie, Paris, Minuit, 1980, 279pages.

BOULLIER Jacqueline in Roland Cayrol presse écrite et audiovisuelle page 7

CAYROL Roland la presse écrite et audiovisuelles PUF, 1973, 260 pages

CISSE Serigne Aly : Sénégal, carton rouge. Edition Niamagne 1995, 287pages

DOUANE Bradley : Qu'est-ce que la presse ? Nouveaux Horizons, 1974.

POCIELLO. C. : Cultures Sportives, Paris PUF, 1995, 287pages

POCIELLO. C. : Sport et Société, Vigot 1981, 377 pages

SEIDLER Edouard le sport et la presse Armand Colin, 1964, 270 pages page 5

TUDESQ André Jean : Feuille d'Afrique Etude de la presse de l'Afrique Subsaharienne du sport

La Direction de l'Agence de la Presse Sénégalaise (APS)

Le grand Larousse encyclopédique

Manuel d'administration sportive : Comité International Olympique

MEMOIRES

KANDJI Mansour Sy : medias, démocratie et sport : impact de la presse écrite dans la démocratisation Sénégal Mémoire de Maitrise CESTI 2001.

KOUME Mamadou, le soleil de Dakar Evolution et difficultés de l'unique quotidien Sénégalais Mémoire de Maitrise IFP-Université PARIS II,

MANGANE Samba Wounté : la presse écrite et le traitement des sorties de l'équipe nationale de football du SENEGAL : de la gloire aux controverses de la CAN et Mondial 2002, CESTI 2001

NDIAYE Abiboulaye: Evolution de la politique du sport au Sénégal, l'exemple du football des années 40 aux années 70 Mémoire de Maitrise FLSH, UCAD, 1990

SOW Hamadou: la presse sénégalaise joue-telle son rôle dans le développement du sport National Mémoire de Maitrise : INSEPS 1985

SY Jacques Habib : L'information écrite et radio diffusée au Sénégal Mémoire de fin d'étude, 1973, 120 pages

INTERNET

ENCARTA 2010

<http://www.sportcarriere.com>

<http://www.sports.gouv.fr>

PERSONNES RESSOURCES RENCONTREES

BA Omar: journaliste au Soleil

DABO Abdoulaye: journaliste à la RTS

DIARRA Omar: secrétaire général de l'ANPS

FALL Cheikh Tidiane : ancien membre de la rédaction de Zone II

KANDE Adama: journaliste 2STV

KANE Abdou Wahab: Professeur à L'INSEPS

KANE Mamadou Ibra : Directeur de publication et Rédacteur en chef du quotidien STADES

KOUME Mamadou : Professeur presse écrite au CESTI et Président de l'Agence National de la Presse écrite

NDIAYE Cheikh Tidiane : journaliste à la RTS

NDIAYE Adama: journaliste Nouvelle Horizon

SEYE Amadou Anna: Professeur à L'INSEPS

SY Amedine : journaliste le Populaire

THIAM Abdoulaye: journaliste Sud quotidien

THIANDOUM Angélique : journaliste au Pays

THIAW François xavier: journaliste à la RTS

ANNEXES

ANNEXES

LE CONTEXTE JURIDIQUE ACTUEL DU SPORT AU SENEGAL

L'impératif pour toute démarche scientifique consiste à partir du vécu, des faits, de ce qui existe. De même, on ne peut faire l'impasse sur les documents qui régissent actuellement le sport au Sénégal. C'est une analyse combinatoire des faits et du droit actuels qui nous a conforté dans la nécessité de faire à l'organisation juridique actuelle du sport un passupplémentaire.

CHAPITRE PREMIER : LES TEXTES

L'analyse des documents juridiques gouvernant l'activité sportive : Charte du sport, Code des Obligations Civiles et Commerciales (art.821), décret du 17 Janvier 1976, le statut des clubs.

Les compétitions étant sous l'égide des règlements généraux de la Fédération Sénégalaise de Football du 31 octobre 1990.

A-LA CHARTE DU SPORT

Elaboré sous forme législative (Loi n°84-59 du 23 mai 1984), elle pose comme règle première que « la pratique sportive vise l'éducation, la formation et l'amélioration de la santé physique et morale des pratiquants. Elle participe également à l'amélioration de la qualité de la vie » (art.1^{er}).

Un être humain qui possède sa pleine santé physique et morale ne peut être qu'un producteur utile à sa personne, sa famille et à sa société . Ce que nous a rappelé le journaliste Serigne Aly CISSE sous le titre « les leçons d'un gala réussi » (Soleil du 7 Juillet 1992) consacré à la défaite footballistique de notre équipe ministérielle face aux diplomates accrédités à Dakar.

L'article 2 de la Charte indique que : « l'Etat et les collectivités publiques et privées créent les conditions préalables et les institutions qui garantissent la pratique sportive amateur, pluridisciplinaire et démocratisée, principalement sous forme d'éducation physique et sportive ...de sport récréatif ..., de sport de compétition ... ».

L'article 4 indique que l'Etat peut donner une délégation de pouvoir à des organisations publiques ou privées pour gérer à l'échelon national ou plusieurs disciplines.

Enfin la pratique sportive collective peut, au terme de l'article 5, être effectuée à travers une association.

De ce qui précède, il résulte que :

- L'organisation générale du sport appartient à l'Etat qui peut déléguer ses pouvoirs à des collectivités publiques ou privées.
- La règle du principe de la pratique sportive est l'amateurisme mais le professionnalisme n'est pas du tout fermé car il est permis à tout individu d'engager sur le territoire national des joueurs ou des athlètes professionnels ou rémunérés à condition de requérir une autorisation spéciale des pouvoirs publics.

Ce qui permet donc de constater que la charte du sport peut permettre des avancées notables car elle n'impose nullement l'amateurisme ni ne couple obligatoirement la pratique sportive collective dans le monde l'association. De même, un club n'est nullement obligé d'être pluridisciplinaire. On peut opter pour le basket, le football.

B- LE CODE DES OBLIGATIONS CIVILES ET COMMERCIALES (COCC) ET LE DECRET DU 16 JANVIER 1976

Ce code dispose dans son art.821 que « Les associations à but d'éducation populaire et sportive...peuvent être soumises par décret à des obligations particulières...Elles peuvent même lorsqu'elles ne se sont pas reconnues d'utilité publique, recevoir des subventions d'Etat ou des autres collectivités publiques... ».

Le décret n° 76-0040 du 16 janvier 1976 précise que constituent des associations à but d'éducation sportive, les groupements dont l'activité a pour but la pratique du sport amateur (art.4) et que la cotisation(art.5)

C- LES STATUTS

En règle générale les clubs institués sous forme d'association ont des statuts qui comprennent des dispositions comparables voire similaires.

-Sont membres actifs, les pratiquants dans une des sections de l'association et les adhérents titulaires de la carte de membre.

-Les organes de l'association sont : l'assemblée générale,le comité des sages.

-L'assemblée générale est l'organe suprême de l'association.

Elle est composée de tous les membres régulièrement inscrit et à jour de leurs cotisations. Ne peut être électeur et éligible à l'assemblée générale que les membres titulaires âgés de 18 ans au moins au 1^{er} janvier de l'année de vote.

- Fait notable, on découvre en général dans ces statuts que les sections, le comité des supporters et le comité des sages sont organisés théoriquement comme de véritables associations autonomes, ayant leurs propres structures au sein même de l'association.

En conclusion de ce survol sur l'essentiel des dispositions législatives et réglementaires aussi bien du football que tous les autres sports, il convient de retenir les principaux points suivants :

- Objectif essentiel : améliorer la santé physique et morale des pratiquants et de toute population.
- caractère amateur de principe mais possibilité de professionnalisme (ex : lutte avec frappe).
- Gestion directe de l'Etat de tous les sports au plan national.
- Possibilité de déléguer cette gestion à un organisme public ou privé (pour le football : CNG devenu CDP).
- Possibilité d'intervention de l'Etat, des collectivités publiques et privées pour mettre en place les conditions d'un meilleur développement des sports.
- Possibilité de subventions publiques aux associations sportives .
- Cotisation obligatoire des membres de l'association .

GUIDE D'ENTRETIEN N° 1

1-Y'avait ils d'autres journaux sportifs au Sénégal ?

Oui

Non

2-Si oui les quels ?

.....
.....

3-quelle était la durée de leurs existences ?

Courte durée

Longue durée

4-Avez-vous quelques idées sur leur mode de fonctionnement ?

.....
.....

5-Selon vous quels étaient leurs problèmes particuliers ?

.....
.....

6-Qu'est-ce qui explique leur faillite ?

.....
.....

LE QUOTIDIEN STADES

1- Qu'est ce que c'est STADES ?

.....
.....

2-pourquoi sa mise en œuvre ?

.....
.....

3-Qu'est-ce qui explique la spécificité du journal ?

.....
.....

4-Qu'elle est l'année de sa création ?

.....
.....

5-La procédure

.....
.....

6-La périodicité du quotidien ?

.....
.....

7-pourquoi le choix d'un journal sportif ?

.....
.....

8-Quels sont les composants du quotidien ?

.....
.....

9-Quelle est la statistique des différentes disciplines présentées ?

.....

10- Sur quels critères basez-vous pour définir les disciplines ?

.....

11- Qu'elle est le numéro actuel de votre publication ?

.....
.....

12- Quelle est le nombre de journaux vendus par jour ?

.....
.....

13- Surqu'els critères basez-vous pour recruter vos employés ?

.....
.....

GUIDE D'ENTRETIEN N° 2

Peut-on savoir le mode de fonctionnement de vos différentes structures ?

A Savoir :

1. Les moyens :

A. Le Matériel

.....
.....
.....
.....

B. Le Finance

.....
.....
.....
.....

C. Le potentiel Humain

.....
.....
.....
.....

2. Comment fonctionne l'administration de STADE ?

.....
.....
.....
.....

3. Comment fonctionne l'organisation des différents « Desk » s'ils en existent ?

A. « Desk des grands reportages »

.....
.....
.....
.....

B. « Desk étranger »

.....

.....
.....
.....

C. « Desk Régions »

.....
.....
.....
.....

D. Le service photo

.....
.....
.....

4. D’où proviennent vos informations ?

.....
.....
.....

5. La collecte des images comment se fait-elle ?

.....
.....
.....

6. Comment fonctionne votre rédaction ?

.....
.....
.....
.....

7. Comment s’effectue la distribution des journaux ?

.....
.....
.....

8. Comment s’effectue la collecte des informations :

A. Sur le plan National

.....

.....
.....

B. Sur le plan International

.....
.....
.....

C. A l'échelle régionale

.....
.....
.....
.....

9. Quelle est votre méthode de travail ?

.....
.....
.....

QUESTIONS AUX PRATIQUANTS

Pour mieux vous connaître, merci de répondre aux questions suivantes :

1. Quel est votre âge ?

Moins de 35ans entre 35 et 65ans plus de 65ans

2. Quel est votre sexe ?

Masculin Féminin

3. Quelle est votre nationalité ?

Sénégalaise Non Sénégalaise

4. Quelle est votre situation matrimoniale ?

Marié(é) célibataire divorcé(é) veuf veuve

5. Quel sont vos secteurs d'évolution ?

.....
.....
.....

6. Quel est votre lieu de travail ?

.....
.....
.....

7. Lisez-vous le journal STADES ?

Oui Non

8. Pourquoi ?

.....
.....
.....

9. Êtes-vous satisfait de la qualité de ce journal ?

Oui Non

10. Pourquoi ?

.....
.....
.....

11. Quelles solutions proposerez-vous pour un contenu qui répond à vos besoins

.....
.....
.....
.....

QUESTIONS AUX LECTEURS

Pour mieux vous connaître, merci de répondre aux questions suivantes :

1. Quel est votre âge ?

Moins de 35ans entre 35 et 65ans plus de 65ans

2. Quel est votre sexe ?

Masculin Féminin

3. Quelle est votre nationalité ?

Sénégalaise Non Sénégalaise

4. Quelle est votre situation matrimoniale ?

Marié(é) célibataire divorcé(é) veuf veuve

5. Quel sont vos secteurs d'évolution ?

.....
.....
.....

6. Quel est votre lieu de travail ?

.....
.....
.....

7. Lisez-vous le journal STADES ?

Oui Non

8. Pourquoi ?

.....
.....
.....

9. Êtes-vous satisfait de la qualité de ce journal ?

Oui Non

10. Pourquoi ?

.....
.....
.....

11. Quelle actualité préférez-vous ?

Nationale Internationale

12. Pourquoi ?

.....
.....

13. Quelles solutions proposerez-vous pour un contenu qui répond à vos besoins

.....
.....
.....
.....

QUESTIONS AUX JOURNALISTES

Pour mieux vous connaître, merci de répondre aux questions suivantes :

1. Quel est votre sexe ?

Masculin Féminin

2. Quel est votre domaine de spécialisation?

.....
.....

3. Lisez-vous le journal STADES ?

Oui Non

4. Pourquoi ?

.....
.....

5. Êtes-vous satisfait de la qualité de ce journal ?

Oui Non

6. Pourquoi ?

.....
.....

7. Quelles solutions proposerez-vous pour un contenu qui répond à vos besoins

.....
.....