

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Université **Cheikh Anta DIOP**
(U.C.A.D.) DAKAR

Institut **n**ational **s**upérieur
d'**É**ducation **p**opulaire et du **S**ports
(I.N.S.E.P.S.)

**Contribution des radios de
proximité au renforcement de la
communication entre les pouvoirs
publics et les jeunes**



M800-13

Monographie de fin de stage pour l'obtention
du **C**ertificat d'**A**ptitude aux fonctions
d'**I**nspecteur de l'**É**ducation **p**opulaire, de la
Jeunesse et des **S**ports, sous la direction de
Martin FAYE, Chef de la Division des
Programmes et Chaînes – RTS.

Présenté par : **Oumar Daouda SOGNANE**

Juin 2000

SOMMAIRE

*Dédicaces	1
*Remerciements	2
*Abréviations	3
*Introduction	5
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DE L'ETUDE	
Chapitre I : Problématique	6
1.1-Clarification des concepts	
Chapitre II : Cadre de l'étude	
2.1 : Etat de la communication entre les pouvoirs publics et les jeunes	9
Chapitre III : Méthodologie	13
3.1-Enquête par questionnaire individuel	
3.2-Focus group	
3.3-la grille des programmes	
DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DES DONNEES DE L'ENQUETE	
Chapitre IV : Contenu des données	15
4.1-Contenu des questionnaires	
Chapitre V : Analyse des données	16
5.1-Restitution focus group Sud/Fm	
5.2-Restitution focus group Thiés /Fm	16
Chapitre VI : Analyse des données fournies par le questionnaire et les grilles de programmes	20
6.1-Données des questionnaires individuels	
TROISIEME PARTIE : POLITIQUE DE JEUNESSE	
Chapitre VII : Les axes de la politique de jeunesse	23
Chapitre VIII : Besoins et attentes des jeunes	25
8.1-en matière de formation	
8.2-en matière de santé	
8.3-en matière d'emploi	
QUATRIEME PARTIE : RECOMMANDATIONS - CONCLUSION	
Chapitre IX : Recommandations	27
9.1-en direction des médias	
9.2-en direction des pouvoirs publics	
9.3-en direction des jeunes	
Chapitre X : Conclusion	29
Bibliographie	30
Annexe	31

DEDICACES

Je dédie ce travail :

-A mes chers parents disparus

-A mon épouse

-A mes enfants

-A mes amis d'enfance feu Racine Ka, Moussa Diop, Seydou
et Daff

-A mes compagnons de toujours Ibrahima Niang, Massalle Seck,
Moussa Seck et Mamour Touré

-A mes camarades de promotion Oumar, Bakary, Baïla et Mor
Khoudia

REMERCIEMENTS

Je remercie toutes les personnes qui m'ont aidé à réaliser ce travail :

- Martin Faye, Journaliste -RTS Dakar
- Moustapha Tamba – Professeur de sociologie à l'UCAD
- Saliou Sow, Khaly Samb, Ndéné Mbodji, pour leur disponibilité et l'aide matérielle
- Mme DIENG Awa Bocoum du CNEPS pour la saisie du document
- Le Directeur et le personnel du CDEPS de Thiès
- Ndèye Fatou Sy, Chef de Station et le personnel de Sud/Fm/Sen Radio à Thiès
- El Hadji Youga Ndiaye, Chef de Station et le personnel de Thiès /Fm/Rts
- Capitaine Ousmane Pouye Faye – Directeur du Stade Iba Mar Diop
- Au Directeur et au personnel de l'INSEPS
- A tous les professeurs de l'INSEPS particulièrement Mama Sow, Amadou Ibrahima Dia et Ousmane Sané
- Au Directeur et à l'Intendant du CNEPS de Thiès
- Ciré LO IRJS Dakar
- Mbagnick Ndiaye Chef du SAGE /MSL.

Que toutes ces personnes trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.

ABREVIATIONS

- 1 - AGETIP : Agence d'Exécution des Travaux d'Intérêt Public
- 2 - ASC : Association Sportive et Culturelle
- 3 - CONFEJES : Conférence des Ministres de la Jeunesse et des Sports des Pays d'Expression Française
- 4 - CESTI : Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information.
- 5 - FNUAP : Fonds des Nations Unies pour la Population
- 6 - Fm : Fréquence moyenne
- 7 - GIE : Groupement d'Intérêt Economique
- 8 - HLM : Habitation à Loyer Moderne
- 9 - MJS : Ministère de la Jeunesse et des Sports
- 10 - MST : Maladie Sexuellement Transmissible
- 11 - ODCAV : Organisme Départemental de Coordination des Activités de Vacances
- 12 - ONG : Organisme Non Gouvernemental
- 13 - RIAOM : Régiment d'Infanterie de l'Armée d'Outre Mer
- 14 - RTS : Radiodiffusion Télévision du Sénégal
- 15 - SIDA : Syndrome Immuno Déficience Acquis
- 16 - SLSS : Stade Léopold Sédar Senghor (ex Amitié)
- 17 - UNICEF : Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

INTRODUCTION

Le Sénégal vient de réussir le pari de l'alternance démocratique par l'élection du Président Abdoulaye WADE à la magistrature suprême. Si cela a pu se réaliser, on le doit certainement au charisme de l'homme politique qui pendant vingt cinq ans a mené un combat sans relâche, mais aussi par la quasi totalité des responsables du parti au pouvoir qui n'avaient plus pour objectifs que de satisfaire leurs besoins propres.

Cependant tous, responsables politiques, société civile, citoyens tout court sont unanimes à reconnaître que les médias en général, la presse parlée en particulier ont joué un rôle dans la circulation de l'information politique et ont participé activement à l'éveil de la conscience populaire, au point de l'amener à s'impliquer dans le processus électoral et certainement à voter utile.

Cette fonction de mobilisation sociale qui a fait subitement des radios des pôles de convergence selon qu'on veuille donner une information ou exprimer son opinion nous a amené à nous interroger sur leur contribution dans la communication que les pouvoirs publics voudraient établir avec les jeunes.

Notre intention était de cadrer l'étude sur les régions de Thiès et de Fatick pour avoir à travailler sur une région émergente celle de Thiès et une région fortement rurale celle de Fatick afin de cerner de manière spécifique le rôle que pourraient y jouer les radios de proximité.

Toutefois l'organisation du stage et le manque de documents de référence conceptuel ou simplement technique nous ont amené à opérer un glissement vers Thiès et Dakar où les hommes et les structures sont plus disponibles dans la collecte des informations.

Toutefois, cette étude fait suite à d'autres disponibles à l'INSEPS notamment celles de Messieurs Ousmane Seck « Société, Jeunesse et civisme, la communication sociale en question (1988/90) et de El Hadji Mansour Sy « Promotion de l'Emploi et mobilisation des jeunes, contribution à l'étude des actions gouvernementales à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication affective (1990/92) »

CHAPITRE I/ - PROBLEMATIQUE

Pendant la campagne électorale, un responsable politique pris dans le jeu de son discours disait des radios privées qu'elles sont comparables à la « tristement célèbre « RADIO DES MILLE COLLINES ».

Habitué à être couverts par les médias d'État, autorités politiques, administratives et hauts cadres ont vu de tout temps leur discours quel qu'en soit le contenu ; traité avec bienveillance et courtoisie. Les radios de proximité ont substitué à cette démarche, une approche critique et plurielle. Les jeunes n'ont pas toujours eu accès aux médias. Les rares cas où cela arrivait, c'était pour magnifier l'autorité. Les radios de proximité ont privilégié le discours crû et direct : celui du cœur. Cet anti dialogue a connu son paroxysme en 1988 quand le candidat Abdou DIOUF avait traité la jeunesse de malsaine et de manière plus lucide il reprenait la même idée mais autrement dans une interview en date du 06 mars 2000 accordée à un quotidien de la place. Il affirmait reconnaître qu'il y a manque de dialogue avec la jeunesse malgré l'existence d'arguments en sa faveur. En filigrane cela voulant simplement dire qu'il existe une politique de jeunesse et une expression des jeunes. Mais existe-t-il un cadre de dialogue permanent de concertation. C'est là tout le dilemme. La démarche sera donc d'analyser au delà des contextes, le contenu de cette politique de jeunesse, et la capacité des radios à contribuer au processus de communication selon les variables de qualité des émissions, des temps d'écoute, de la manière de présenter des informations, les qualités des présentateurs et l'offre des émissions. Toutes informations qui peuvent nous amener à mieux situer l'utilité des radios en rapport avec les pouvoirs publics.

1 - 1 CLARIFICATION DES CONCEPTS

Pouvoirs publics : C'est un terme globalisant qui désigne à la fois l'État, ses représentations et ses démembrements (technique ou territorial). C'est pour cette raison que chaque fois que l'une des composantes sera convoquée elle renvoie automatiquement à toutes les autres. Toutefois il est opportun de clarifier le contenu que nous donnons à l'État qui est la matrice des autres composantes.

L'État au sens large, désigne une collectivité humaine géographiquement localisée et politiquement organisée ayant généralement pour support sociologique une nation.

Dans un sens restreint l'État désigne les pouvoirs publics ou les gouvernants.

Dans un sens encore plus restreint, l'État peut s'identifier au pouvoir public au pouvoir central par opposition aux collectivités locales.

La jeunesse est une couche sociale, un groupe mesurable numériquement. Tout individu non atteint par les limites d'âge situé dans une fourchette évidente de 15 à 35 ans qui se considère ainsi et que la société accepte comme tel.

La communication c'est le fait de comprendre et de se faire comprendre à l'aide de signes, des gestes, de paroles ou de sons communs à un milieu donné. C'est un message encodé par un émetteur et acheminé par un canal à l'intention d'un récepteur qui le décode, l'analyse et l'interprète.

1 - 2 CONTEXTE D'APPARITION DES RADIOS

Sur la scène nationale, le Sénégal est perçu comme un pays phare de la démocratie. Cette image lui vient de son statut de pionnier du multipartisme en Afrique. Pourtant, de l'intérieur, le Sénégalais reproche à ses dirigeants de cultiver une image plutôt qu'une réalité. Une image très décalée par rapport à la réalité. Si l'État sénégalais a tôt reconnu le droit syndical, permis l'avènement du pluralisme des partis et ainsi marqué sa différence avec les pays voisins, il semble avoir brusquement mis un coup de frein à sa quête de démocratie.

1-2-1 Le contexte politique : les revendications des partis politiques concernant le pluralisme à la radio portaient essentiellement sur l'accès des partis aux médias d'État. L'opposition sénégalaise ne s'est en fait jamais mobilisée pour exiger une libéralisation des ondes. Elle s'est toujours contentée de réclamer une libéralisation de l'accès. Toutes les manifestations organisées à cet effet ont fini dans la répression et souvent même par des arrestations.

La part que prend l'actualité dans les émissions et la part d'informations officielles dans cette actualité ont transposé dans les médias d'État un débat ancien sur la double fonction du Chef de l'État, chef de l'Exécutif et Secrétaire Général ou Président de son parti tout à la fois. Il est dès lors difficile de faire la part de temps d'antenne affecté à l'action du gouvernement et celle affectée à la promotion du parti au pouvoir. Cela fausse les données de la distribution du temps d'antenne aux partis politiques en lice. Enfin divers groupes de pression telles que les autorités religieuses ont accès à l'antenne de façon non contrôlée, non codifiée, grâce à l'appui des autorités qu'elles soutiennent ouvertement.

Pour toutes ces raisons les professionnels de l'information relayés par les radios étrangères : France Inter, BBC, la Voix de l'Amérique ont fait pression sur le gouvernement à tel point que ce dernier dans un discours de politique générale du Premier Ministre prit l'engagement en 1983 ; non seulement d'augmenter les capacités de l'ORTS pour la couverture totale du territoire national mais aussi d'ouvrir l'exploitation des ondes à des privés, à des commerciaux ou même à des associations communautaires.

1-2-2 Le contexte économique et social

Les années 80 ont été en général des années de crise, en particulier celles des crises des valeurs et des crises scolaires. Les jeunes frappés de plein fouet par le chômage n'en finissaient pas de défier le pouvoir. En 1988 c'est en pleine campagne électorale qu'elle manifesta sa désapprobation quant à la politique menée par le gouvernement. Ignorée et muselée elle décida de traduire ses frustrations et ses renoncements par une action de contestation sans précédent. Le Président la qualifia de « jeunesse malsaine ».

Toutes situations qui amenèrent le gouvernement dans l'objectif spécifique n° 8 du le Plan d'orientation pour le développement économique et social (1996/2001) à insérer carrément comme priorité l'action de décentralisation de l'information et de la communication en ces termes : « Pour rapprocher les administrations des administrés dans le cadre de la politique de régionalisation, l'information et la communication gagneraient à être développés. Il conviendrait dans ce sens de faciliter la connexion des populations aux médias (radios, télévisions) nationaux et de prendre en compte le caractère spécifique de chaque localité (radios privées, communautaires et rurales). Il serait nécessaire de combiner cette connexion à l'implantation de bibliothèques publiques au niveau régional, voire local.

CHAPITRE II/ - CADRE DE L'ETUDE

L'étude est menée principalement dans la région de Thiès et en partie à Dakar. La région de Thiès est la deuxième région du Sénégal après Dakar. C'est une région en pleine expansion, siège ou prolongement de plusieurs ONG ou mouvements nationaux. Thiès est une région économiquement importante de par ses activités ferroviaires, artisanales et halieutiques.

Objectifs de l'étude : cette enquête sur le problème de communication entre les décideurs et les jeunes fait suite à d'autres notamment celles de Ousmane Seck en 1990 sur « Société, jeunesse et crise : la communication sociale en question » de El Hadji Mansour Sy en 1992 sur « Promotion de l'emploi et mobilisation des jeunes, contribution à l'étude des actions gouvernementales à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication affective » .

Elle se propose de contribuer à un débat qui a été agité jusque dans des milieux restreints et par des voix plus autorisés. L'analyse des informations collectives permettra d'identifier les dysfonctionnements dans le processus communicationnel avec la jeunesse puis d'en débattre avec elle, afin d'aboutir à des propositions d'axes ; d'actions ultérieures, à mener de concert avec elle.

2.1/ - ETAT DE LA COMMUNICATION ENTRE LES POUVOIRS PUBLICS ET LES JEUNES

2-1-1 Le dilemme de la communication

La société nouvelle

Les idées de tradition et de progrès, dit-on souvent, ne s'excluent pas. La modernité ne rime pas forcément avec le rejet de tout ce qui est ancien.

La société actuelle renferme encore des survivances traditionnelles dont la fonction sociale est demeurée la même. IL s'agit de représentations qui participent toutes de l'organisation et du fonctionnement de la société.

Mais à côté de ces valeurs, il existe d'autres qui par contre, ont perdu leur essence. Très présentes dans la vie sociale, elles posent plus de problèmes qu'elles n'aident à en résoudre.

Elles sont d'ailleurs à l'origine de nombreuses crises sociales, surtout appliquées à l'univers de la jeunesse. D'aucuns les considèrent tout simplement comme un frein au progrès.

La société n'est pas une réalité figée, elle évolue. C'est ainsi qu'elle se renouvelle, se reproduit par la création, l'émergence, de nouvelles valeurs. La société actuelle n'échappe pas à cette règle. Elle n'est plus la même que, celle d'avant ou pendant la colonisation. C'est pourquoi, il peut étonner que cette évolution ne soit pas effective dans certains domaines. La plus belle illustration est la conception assez négative que la société se fait de sa jeunesse.

En effet, la jeunesse est aujourd'hui assimilée à l'insouciance, l'irresponsabilité, l'inconscience... Elle est ainsi maintenue dans une situation de dépendance quasi-permanente vis à vis du monde adulte. C'est là une survivance qui ne joue plus le même rôle que dans la société traditionnelle, où il faut le dire, la jeunesse n'était qu'une étape transitoire vers le monde des adultes. En plus, elle reposait sur une philosophie de la vie dont l'idée force était le savoir. Mais ce savoir était ésotérique, il devait s'acquérir avec l'âge. C'était le sens de toutes les pratiques initiatiques.

Il est évident dans un tel contexte que la jeunesse ne pouvait avoir une autre place que celle qu'elle occupait. Et surtout si cette valeur a été acceptée de tous, c'est parce qu'elle était en adéquation avec leur expérience concrète. Ainsi les jeunes étaient conscients de participer pleinement à la vie du groupe, quoique relégués au bas de l'échelle sociale. Mais c'était là le fait de toute une éducation.

« Cela était possible car ces jeunes vivaient dans des sociétés sans faille, des sociétés cohérentes qui intégraient fortement tous leurs éléments. L'unité de croyance était rigoureuse dans ces sociétés traditionnelles dont l'échelle sociale et la hiérarchie étaient connues de tous, enseignées aux enfants dans la famille, le groupe d'âge et la tribu. Les parents étaient les gardiens incontestés de la tradition, base de tout enseignement ».

Il est à peine exagéré de dire que la conception que la société actuelle a de sa jeunesse est en rupture avec la réalité, car le savoir a cessé d'être ésotérique depuis que l'école a fait son apparition. Aujourd'hui, c'est jeune que l'on acquiert le savoir. Ainsi les jeunes se disent aussi imbus de connaissances que les adultes. Alors comment, sous ce rapport, vouloir les maintenir dans une situation de dépendance ?

La réponse à cette question expliquerait cette frustration qui habite la jeunesse et qui la pousse souvent à la révolte. Selon K. Roberts ; « non seulement la période de la jeunesse est actuellement plus longue, mais frustrante et plus complexe qu'elle n'a jamais été, mais en outre elle représente une phase de l'existence d'un type différent ».

Ainsi, les jeunes revendiquent une place et un rôle plus juste dans l'échiquier social, refusant de jouer les seconds rôles. A leurs yeux, il n'est pas évident que les adultes symbolisent toujours la sagesse. Comme qui dirait, qui détient le savoir doit aussi détenir le pouvoir.

Mais les adultes ne semblent pas avoir compris le message et restent campés sur leur position. Cette situation accentue le conflit des générations qui sous sa forme présente traduit un aspect important de la crise de la société.

De ce point de vue, envisager le dépassement de la crise, c'est inventer une nouvelle société où les jeunes pourront effectivement jouir de leurs droits mais également assumer leurs devoirs. Cette nouvelle société, si elle devait être, devrait passer par la solution du dilemme de la communication.

2-1-2 Communiquer à / communiquer avec

Il y a deux manières d'être en communication :

Communiquer avec et communiquer à. Dans le premier cas, il y a échange ; dans le second, c'est un « anti-dialogue ». Mais peut-on vraiment parler de communication quand il n'y a pas dialogue.

En remontant à la définition de la communication, la réponse est forcément oui. L'« anti-dialogue » ne signifie pas « a-communication », absence de communication. Mais ici, la communication est unilatérale, elle se fait dans un sens. Autrement dit, le récepteur reçoit et l'émetteur émet sans aucune possibilité de renversement des rôles. C'est une situation de communication où tout dépend de la seule volonté de l'émetteur.

Ce type de communication est fondé sur des rapports de domination. Elle se retrouve surtout à l'école où l'enseignant communique à l'élève. « L'éducateur est celui qui sait ; l'élève a l'illusion de penser en répétant ce que l'éducateur a dit ; il a illusion de savoir parce que l'éducateur sait ».

Dans la « communication à », la liberté du récepteur n'est pas respectée ; son droit à la communication est doublement bafoué. D'abord il n'est jamais en situation de communiquer, ensuite même dans une situation de communication, on lui communique mais il ne communique pas. Naturellement l'homme réduit à cet état, cesse d'être véritablement acteur de la vie sociale.

Cependant, il faut dire qu'un « anti-dialogue » n'est jamais effectif. L'émetteur aussi bien que le récepteur ne le perçoivent pas comme tel. Cette ambiguïté découle du fait que l'émetteur pense ne faire autre chose que communiquer, alors que le récepteur lui a l'illusion de communiquer.

C'est en ce sens qu'on peut dire que « communiquer » à, c'est aussi communiquer, dans la mesure où il y a intercompréhension. Mais il suffit que, le récepteur prenne conscience de sa situation pour que le lien disparaît. Ainsi il arrive que l'élève se révolte contre son maître, l'enfant contre son père. Alors c'est le droit à la parole qui est affirmé.

Nous n'allons pas jusqu'à dire qu'il prévaut une situation d' « anti-dialogue » dans la société actuelle. Toutefois les jeunes eux revendiquent le droit à l'expression, car ils ont le sentiment d'être les acteurs passifs du dialogue social.

De ce point de vue, on peut dire que la jeunesse ne communique pas, mais on lui communique. Le fait n'est pas récent, les parents ont toujours parlés aux enfants. Personne n'a jamais pensé remettre en cause cet ordre des choses.

Mais aujourd'hui, les données ont changé. Plus précisément depuis les événements post-électorales de février 1988, la société semble avoir compris qu'il n'y avait pas une véritable communication sociale. Et cela n'est apparu que quand la jeunesse est montée au créneau.

Tout le monde s'accorde à dire qu'il ne s'agit plus de « communiquer aux jeunes », mais de « communiquer avec » eux. Désormais la jeunesse doit pouvoir s'exprimer, donner son avis et s'il le faut proposer. C'est là le commencement d'une communication nouvelle dont toutes les conséquences sur la vie sociale sont loin d'être soupçonnées. Mais toujours est -il qu'elle va aider à la solution de la crise de la société.

2-1-3 Quelle communication pour quelle société : le détour par les médias ?

Nous avons déjà défini « l'anti-dialogue » comme une forme de communication, mais une communication unilatérale parce que dépendant de la seule volonté de l'émetteur. Également il a été fait allusion à ce qu'il est convenu d'appeler « l'impersonnalisation » de la communication sociale, du fait du développement de moyens de diffusion, de masse. Dans ce cas comme dans l'autre, l'on peut parler d'une situation de communication, mais qui ne s'éloigne pas de l' « anti-dialogue ».

Alors la question quels médias, pour quelle communication sociale ? On ne peut qu'être perplexe. Mais force est de reconnaître l'enjeu de la question, en ce sens qu'elle ouvre sur le rôle que doivent jouer les médias pour l'instauration d'une communication sans bruit, sans distorsion curieusement.

Ce qui caractérise les médias, dans notre pays, c'est cette sorte de crise, à l'image de celle que l'on retrouve à l'échelle de la société. S'il n'y a rien de contre nature à cela, il reste que les médias, et c'est là un impératif, doivent repenser leur stratégie de communication.

En effet, face à la crise des institutions d'éducation que sont la famille, l'école et surtout en l'absence d'autres cadres d'éducation comme la classe d'âge, la communauté des adultes, les médias pourraient constituer une Nouvelle Institution sociale essentiellement tournée vers l'éducation. Pour ce faire, il est un préalable à satisfaire. Il s'agit d'adapter le discours aux réalités locales.

Car tout se passe comme si les médias étaient extravertis, véhiculant du coup des valeurs culturelles étrangères. D'aucun ont d'ailleurs vite fait d'établir un rapport entre le phénomène d'acculturation repérable au niveau des jeunes et le contenu des programmes de l'ORTS par exemple.

Mais ce qui nous intéresse davantage, dans cette nouvelle orientation à imprimer aux médias, c'est la place qui devrait y être accordée aux jeunes.

Dans une société où pendant longtemps la jeunesse a été privée du droit à l'expression, comment la presse pouvait échapper à la règle ? Mais aujourd'hui, que la société elle-même a pris conscience de la nécessité de communiquer avec sa jeunesse, les médias ne sont-ils pas tenus de faire de même ?

Ce à quoi doit tendre la communication sociale par le détour des médias, c'est la création d'un nouvel espace de dialogue, entre la jeunesse et l'État non plus considérés, comme des réalités distinctes. Naturellement cela appelle de la part des uns et des autres, une « mentalité neuve ». Mais peut-on parler de mentalité neuve, si la jeunesse n'en constitue pas le levier ?

CHAPITRE III/ - METHODOLOGIE

Outre le groupe de jeunes de 18 à 28 ans dit le groupe Fan's Club SUD FM, des jeunes de quartiers et d'associations sportives et culturelles ont été ciblés dans cette étude qualitative afin d'avoir leurs points de vue sur la prestation des radios. Au total une population environ de deux cent cinquante jeunes a pu être touchée soit par questionnaires, soit par des entretiens participatifs.

3.1-Une enquête par questionnaire individuel a été menée auprès des jeunes sur le terrain de sports, dans les quartiers. Nous avons ciblés trois quartiers : un quartier aisé (Escale), un quartier moyen (HLM Route de Dakar) et un quartier populaire (Cité Lamy). Le questionnaire destiné aux jeunes et aux fan's club a été essayé lors d'un pré-test auprès des jeunes de l'ASC GESTU de la Cité El Hadji Malick SY – 10^e RIAOM.

3.2-Le focus group : c'est une technique de discussion contrôlée dans laquelle des groupes sont mis en œuvre pour élucider et révéler des opinions, des attentes et des besoins d'un auditoire. Basée sur la méthode de recherche active et participative, le focus vise une production de qualité. Il s'agit de comprendre un problème, une situation, des réactions et souvent parvenir à des propositions, à des solutions. Le focus group doit permettre un diagnostic c'est à dire l'analyse compréhensive et explicative d'une situation ou d'un problème qui aboutit à une solution et en réalité à une nouvelle proposition.

3.3-la grille de programmes

Les émissions d'une station de radiodiffusion ne sont pas planifiées d'une manière anarchique, mais suivant un plan précis, qu'on appelle grille des programmes. La grille de programmes est le tableau qui donne le détail des émissions diffusées chaque jour de la semaine.

Elle comprend le titre de l'émission, l'heure de passage des tranches d'animation, de la musique, du journal parlé et des bulletins d'informations. La grille des programmes peut être modifiée tous les trimestres, tous les semestres ou tous les ans. Les changements peuvent être motivés par le calendrier agricoles ou par les saisons (heures de lever et de coucher du soleil) qui jouent un rôle important dans les habitudes de vie de l'auditoire.

La grille de programmes est le reflet de la personnalité de la station. Son examen permet d'identifier le type de station par le temps qu'elle consacre à la musique et à quels genres musicaux, à l'importance accordée aux programmes éducatifs aux émissions de développement, à l'information etc.

La grille des programmes est élaborée à partir des objectifs de la station, des intérêts de l'auditoire et des intérêts des partenaires. La grille des programmes doit aussi s'appuyer sur tous les partenaires potentiels avec lesquels la radio peut établir des contrats de service lui permettant de générer des ressources nécessaires à son fonctionnement.

Il est donc nécessaire de recenser tous les organismes susceptibles de collaborer avec la radio en disposant d'informations sur :

- leurs secteurs d'activités
- le calendrier de leurs activités
- les ressources disponibles

En règle générale les éléments constitutifs d'une grille des programmes sont classés en deux catégories :

a)-les informations qui comprennent les journaux parlés et les bulletins d'informations traitant tous de l'actualité immédiate.

b)-les programmes qui comprennent les différentes tranches musicales et d'animation et les différents genres radiophoniques qui sont entre autres le documentaire, le magazine, la dramatique, le microprogramme.

CHAPITRE IV/-CONTENU DES DONNEES

4.1-Contenu des questionnaires

Six (6) types de questionnaires ont été formulés. Si les cinq (5) s'adressent à des personnes ciblées individuellement, le sixième formulaire s'adresse aux ASC ou aux fan's club et dont l'exploitation s'est faite en groupe.

4-1-1 le questionnaire relatif aux justificatifs de création des radios de proximité est destiné aux chefs de station ou à des enseignants des écoles de communication. Ce questionnaire s'interroge sur l'appellation de radios régionales ou de radios de proximité, leurs justifications (politique, économique, sociale) les appréciations faites sur la contribution de sa ou des radios sur le renforcement du dialogue entre les pouvoirs publics et les jeunes, le pourquoi et quelles suggestions pour le renforcement ou la construction.

4-1-2 Le questionnaire portant sur la politique de jeunesse qui cherche à mesurer le degré de connaissance des autorités radiophoniques du contenu de la politique de jeunesse, des grands axes, à travers quelle(s) émission(s) sont-ils abordés, ont elles le sentiment qu'il y a dialogue entre les jeunes et les pouvoirs publics ? Si oui comment. Si non où se situe la rupture.

4-1-3 le questionnaire centré sur l'émission s'interroge sur l'intitulé, l'animateur(trice), les thèmes, les objectifs préconisés, les cibles, la durée, les heures de diffusion, le déroulement, les contraintes liées à l'auditoire aux moyens à la technique, les performances et enfin les améliorations possibles.

4-1-4 le questionnaire portant sur l'animateur (trice) qui donne des renseignements sur les prénoms et nom, l'âge, le niveau d'instruction et/ou de formation, les diplômes professionnels, les titres des émissions, les thèmes abordés, les processus (fil conducteur) les heures de diffusion et toutes contraintes en termes de formation, de moyens etc.

4-1-5 le questionnaire destiné aux jeunes des ASC ou aux fan's club qui entre autres se préoccupe des chaînes, des programmes, des motivations de même que la qualité d'écoute. Il a servi de support au focus group.

CHAPITRE V/ -ANALYSE DES DONNEES

5.1-Restitution du focus group fan's club Sud /Fm Thiès 102.2

Animateur : Moustapha Ndiaye

Observateur : Oumar Daouda Sognane

Objectif : savoir ce que les jeunes pensent de l'émission
« KEPARGUI » .

Un focus group organisé dans le cadre de la rédaction de la monographie a eu lieu dans la salle de rédaction de la station régionale Sud/Fm.Thiès 102.2 le Samedi 9 avril 2000 de 18h à 21h.

5-1-1 Le groupe : le groupe interviewé est composé de sept (7) filles et huit (8) garçons âgés entre 18 et 28 ans. Ils sont des élèves, des étudiants, des chômeurs et des travailleurs de profession libérale.

5-1-2 Contact avec le groupe : Sud/Fm Thiès 102.2 polarise des groupes de jeunes organisés en associations de soutien communément appelées Fan's club Sud/Fm. Leur organisation va du fan's club de quartier au fan's club régional. Le contact a été établi avec le fan's club régional par l'intermédiaire de l'animateur Moustapha NDIAYE qui est agent de la station. L'entretien après introduction faite s'est rapidement focalisé sur la station en général et sur les émissions inter-actives telles que « Génération Hip-Hop, Képargui et rencontres des arts.

5-1-3 Contenu des émissions

***Génération Hip-Hop** : un groupe de rappeurs est invité. Il explique sa philosophie, ses attentes, ses réalisations et ses difficultés. Les thèmes soulevés par le groupe sont prétexte à des échanges par téléphone interposé avec les auditeurs jeunes essentiellement.

***Kepaargi** : les auditeurs qui sont confrontés à des situations sociales particulières envoient un courrier dans lequel ils font état de leurs problèmes. Les cas les plus significatifs sont retenus et lus lors de l'émission par l'animateur. Ainsi les auditeurs interviennent toujours par téléphone pour donner leur point de vue, des suggestions et des propositions de solution. L'intéressé supposé écouter l'émission en même temps que les intervenants pourra choisir la solution qui lui semble la plus pertinente. Evidemment l'anonymat de l'intéressé est garanti. Cette émission se fait avec la grande chanteuse thiessoise Ndèye SECK SIGNATURE dans la fonction de consultante.

*Rencontre des arts

Un spécialiste des questions de culture est invité à introduire un sujet pendant trente (30) minutes. Après cela le micro est ouvert. Toutes les questions relatives au sujet peuvent être abordées et l'invité dans les limites de ses compétences et de ses connaissances apporte les réponses. Le débat peut durer environ une heure.

5-1-4 les sentiments du groupe sur les émissions et la radio

Des premières réponses apportées aux questions posées par l'animateur, il apparaît que la radio fait partie de la vie quotidienne de la population. Les participants au focus ont tous un ou plusieurs postes récepteurs chez eux et savent faire la différence des ondes Fm et les heures de diffusion. Ils maîtrisent la manipulation de l'instrument.

De manière générale les jeunes font la différence entre les stations.

Ils s'identifient plus volontiers à la radio dont ils connaissent assez bien la grille de programme. Ils accordent une crédibilité certaine aux informations diffusées. Ils ont confiance aux hommes de radio du fait de leur compétence et de leur sérieux. « Celui qui ne croit pas aux nouvelles données par la radio, à toutes les chances de ne pas assister à l'enterrement de son père » nous lance un membre du groupe ».

5-1-5 le groupe et la station Sud/Fm/Thiès 10.2 : A la question de savoir quelle radio les jeunes écoutent le plus souvent, le groupe dans sa majorité affirme n'écouter que Sud/Fm. Quelques membres du groupe reconnaissent qu'ils écoutent également mais de manière épisodique Thiès/Fm/Rts et Walf/Fm.

En dehors des raisons liées à la programmation, ils expliquent leur préférence par le fait que la station Sud/Fm/Thiès est une radio qui appartient aux « sans voix » et aux « sans pouvoirs ». Il est apparu tout au long de l'entretien que les différents membres du groupe maîtrisent assez bien la grille de programmes à l'exception de deux jeunes. Les heures de synchronisation avec la station mère de Dakar et les heures de décrochage pendant lesquelles la station de Thiès reprend son autonomie sont connues de la majorité du groupe. On constate cependant que tous focalisent leur intérêt sur les tranches réservées :

- *aux avis et communiqués relatifs au concours et aux offres d'emploi ;
- *aux informations nationales et internationales ;
- *aux émissions de sensibilisation et à un moindre degré les jeunes filles ajoutent à ces émissions, celles consacrées à la famille et à la santé maternelle et infantile.

Dans le groupe, six (6) personnes ont montré un intérêt certain pour les type d'émissions :

- *émission sur la santé
- *sur le droit
- *sur le sport.

Il ressort de ce qui précède :

- *que les jeunes écoutent régulièrement la radio ;
- *que les émissions centrées sur les problèmes des jeunes ainsi que les émissions de l'après midi et du soir sont régulièrement écoutées.

Une des filles écoute la radio toute la journée parce que cela l'aide à passer le temps dans son atelier.

Il ressort également de l'entretien que les membres du groupe connaissent assez bien les émissions de la station dans la mesure où ils ont fait, des critiques répétées essentiellement sur certains animateurs, sur la durée et sur la forme de certaines émissions.

5-1-6 Les animateurs :

*même s'ils ne maîtrisent pas la langue locale (wolof) ils arrivent à faire comprendre leurs messages en utilisant souvent des mots en français très usités.

*leur niveau intellectuel et leur professionnalisme sont acceptables et se situent au dessus de la moyenne.

Durée : les émissions centrées sur les préoccupations exclusives des jeunes sont d'une durée de six heures vingt cinq minutes (6H 25') sur un volume hebdomadaire de cent soixante huit heures soit un pourcentage de 10,80 %. Toutefois il y a des émissions transversales où les questions de jeunesse sont soulevées.

Programmation : elle ne semble pas trop déranger les jeunes puisqu'elle se trouve dans des créneaux horaires où généralement ils sont disponibles. Les thèmes abordés entre dans leurs préoccupations : chômage, emploi, santé, éducation etc.

Il est quand même curieux qu'ils n'aient pas davantage insisté sur les émissions dites d'éducation et de formation, ni même une diversification des thèmes.

5-1-7 Propositions faites par le groupe

*plus grande participation des jeunes aux émissions de sensibilisation avec utilisation du téléphone ;

*plus d'instantanéité dans la programmation des questions ponctuelles (dégradation des mœurs, grèves estudiantines etc.) ;

*une meilleure décentralisation des activités de la station avec des descentes sur le terrain et des rencontres plus fréquente avec les ASC ;

*un meilleur choix des animateurs pour certaines productions (problème de la maîtrise de la langue essentiellement).

5-2 Restitution du focus group sur la Thiès FM 100.6/RTS

5.2.1-Objectif : savoir ce que pensent les jeunes de la commune de Thiès sur la chaîne locale de la RTS (Thiès FM 100.6)

Date : Samedi 15 Janvier 2000 à 11h 30

Animateur : Cheikh Seck

Observateur : votre serviteur

5-2-2 Le groupe interviewe : c'est un groupe de jeunes choisis parmi les membres de l'association sportive et culturelle (ASC) Juboo de la Cité Lamy de Thiès. On a remarqué une certaine homogénéité de par leur âge entre 18 et 22 ans et leur appartenance au même quartier et à la même ASC. Aucun d'entre eux n'occupe une fonction significative dans l'association.

5-2-3 Les habitudes radiophoniques : tous affirment de l'existence d'un ou de plusieurs postes dans leur concession. Souvent même ils sont propriétaire d'un poste de radio. Tous les membres du groupe écoutent la radio quotidiennement principalement en fin de matinée, dans l'après midi et tard dans la soirée. Globalement ils ont affirmé écouter régulièrement les émissions de variétés musicales et de loisirs.

5-2-4 Ce que pense le groupe de la radio

A aucun moment des discussions, la crédibilité de la radio n'a été mise en cause. Au contraire pour le groupe tout ce qui est diffusé par la radio fait foi. Une information est vraie quand elle a été entendue à la radio.

Un jeune nous apporte les propos de son grand père : «ku rajo bi tagge sa baay niakk nga baay » (si la radio annonce le décès de ton père, considère-toi orphelin). Pour chaque membre du groupe, aucune radio n'ose se permettre de diffuser une fausse information. Dans ces conditions la question de la crédibilité de la source de l'information que diffuse la radio ne se pose pas. Quand une information est diffusée, elle est crédibilisée et ainsi validée par la radio, quelle que soit sa source.

5-2-5 Attentes et améliorations possibles : à la question de savoir quelles peuvent être les améliorations possibles, plusieurs membres du groupe ont répondu : maintenir le cap. Ils ont attiré l'attention des agents de la station sur les dangers qu'il y a à dormir sur leurs lauriers et à jouer aux vedettes parce que qu'adulés par les auditeurs. Serait ce une litote pour fustiger le comportement de certains agents lors des sorties sur le terrain.

Des recommandations ont néanmoins été formulées. Il s'agit surtout de l'augmentation des tranches dévolues spécialement aux jeunes et/ou à leurs préoccupations et faire place davantage aux informations de proximité et à chaud.

CHAPITRE 6 : ANALYSE DES DONNEES FOURNIES PAR LES QUESTIONNAIRES ET LES GRILLES DE PROGRAMMES

6.1-Données des questionnaires individuels

6-1-1 Questionnaire relatif aux justificatifs : ce sont des radios de proximité de par leur proximité par rapport aux lieux d'habitation et aux préoccupations des cibles. Elles ciblent principalement les habitants de la région et ensuite elles sont régionales de par leur compétence qui se confond avec les limites de la région (Thiès Fm - Dakar Fm - Sud Fm Thiès). Enfin il y a une station par région. Tous les interviewés reconnaissent que les justifications sont plus liées à la satisfaction des expressions des populations et des communautés qui réclament de plus en plus le droit à l'information. Economiquement ces radios participent aussi de la diminution du chômage, à ce titre on a appris de la bouche de Latif COULIBALY de Sud/Fm que cette station emploie environ deux cent cinquante agents à majorité des jeunes.

L'appréciation que les chefs de station se font de leur instrument est qu'elles contribuent positivement à renforcer le dialogue par l'usage des langues locales mais permettent par la même occasion aux jeunes d'interpeller directement ceux qui sont chargés de les administrer.

Pour les suggestions ils proposent qu'il y ait plus de disponibilité des responsables à écouter les jeunes. Dans ce sens tous se proposent d'insérer dans leur grille de programme ces cadres de dialogues directs entre les représentants des pouvoirs publics et les jeunes.

6-1-2 Questionnaire destiné aux chefs de station : les dénominations rappellent la société mère et la zone de couverture : Thiès Fm Rts - Sud Fm Thiès - Dakar Fm Rts : *

Ces stations sont toutes localisées dans la commune du chef lieu de région. Elles émettent vingt quatre heures sur vingt quatre (24/24).

Avec les pouvoirs publics ; elles entretiennent des rapports de service public basés sur la mise à disposition ou la recherche de l'information officielle. Cependant il y a une réticence des pouvoirs publics en direction des radios surtout privées quand il s'agit d'informations « sensibles ». Avec l'ensemble des radios, il n'existe pas de plan média. En ce qui concerne les rapports avec les jeunes, ce sont des partenaires privilégiés en ce qu'ils s'adressent spontanément à leurs stations pour relayer leurs préoccupations ou diffuser leurs réalisations.

Les animateurs, en plus des professionnels affectés par la maison-mère sont choisis sur leurs compétences ou leurs potentialités (voix radiophonique, bonne culture générale etc.).

Les contraintes sont surtout d'ordre technique : aux coupures intempestives d'électricité (la RTS a installé des groupes dans ses stations), il y a le déficit de matériel de reportage et de logistique pour Sud. Au plan financier malgré sa proximité avec Dakar, le tissu économique de Thiès n'a pas intériorisé la culture de publicité sauf pour les avis de perte ou de décès.



Aucune station n'a mentionné une contrainte d'ordre politique. Peut être l'environnement de changement n'est pour quelque chose. A Thiès Fm il est arrivé qu'entre les deux tours des inserts publicitaires appelant les jeunes à se mobiliser pour la victoire finale par le prétexte des soirées dansantes soient passées plusieurs fois.

6-1-3 Questionnaire sur la politique de jeunesse : le contenu sinon les grands axes mis en exergue sont l'éducation, la formation, la santé, l'emploi et l'information. Pour les uns ces axes sont abordés transversalement dans plusieurs émissions pour d'autres il y a des émissions spécifiques comme « Salut les mômes, Au cœur de l'Education, Sports et loisirs, Mondes des Jeunes, Perspective jeunesse, Histoires de filles, Allô Ados ».

Sur le sentiment qu'il y a dialogue pour certains c'est non parce que les pouvoirs publics n'écourent pas les jeunes et il n'y a pas de cadre de concertation, pour d'autres c'est oui à travers les réactions suites à des déclarations faites par des jeunes.

6-1-4 Questionnaire portant sur l'émission : ici des émissions représentatives ont été ciblées. Pour l'essentiel les thèmes abordés sont relatifs au civisme, à l'éducation et à la connaissance historique, économique et sociale de la localité. Les objectifs poursuivis sont pour l'essentiel des objectifs d'information et de distraction. La durée consacrée varie de quarante cinq (45) minutes à une heure trente (1h 30) minutes.

Les émissions sont très suivies par les communautés qui d'ailleurs se proposent de recevoir des séances de direct dans leur terroir.

6-1-5 Questionnaire portant sur l'animateur (trice)

On remarque ici que les animateurs ont suivi une formation initiale générale qui ne préparait pas forcément au travail de communication.

C'est ainsi que les diplômés recensés vont du certificat d'études primaire élémentaire au baccalauréat toutes séries. Certains ont subi des formations professionnelles et par conséquent ont été les « accoucheurs » de leurs émissions.

Leurs difficultés se situent souvent aux limites qu'ils peuvent avoir par rapport à certains thèmes qu'ils ne maîtrisent pas du tout et qui incidemment limitent leurs capacités à inscrire les émissions dans un cadre participatif.

6.1.6- Données des grilles de programmes

Le parcours des différentes grilles a fait apparaître que généralement les objectifs globaux tournent autour de :

- sensibiliser et mobiliser les communautés en vue du développement humain, social, économique et culturel ;
- appuyer et accompagner les activités de développement socio-économique et culturel en aidant les diverses organisations à utiliser la radio pour la poursuite de leurs objectifs ;
- contribuer à valoriser le savoir faire traditionnel et le patrimoine culturel ;
- informer, animer et divertir, afin d'enrichir les temps de loisirs ;
- éduquer à l'acquisition d'une culture démocratique.

Des genres radiophoniques ayant pour finalité de permettre aux stations d'identifier les sujets qui préoccupent leurs auditeurs, leur nombre et leur composition socio-économique et qui respectent les intérêts de l'auditoire et de même que celui des partenaires sont présentes. Ce qui justifie l'insert des documentaires, des magazines, des dramatiques et des émissions interactives dans les grilles quant aux journaux parlés et les bulletins d'information, ils traitent tous de l'actualité immédiate.

TROISIEME PARTIE : LA POLITIQUE DE JEUNESSE

CHAPITRE VII/- LES AXES DE LA POLITIQUE DE JEUNESSE

Orientation de la politique de jeunesse

La politique actuellement mise en œuvre par le département a été adoptée à l'issue du conseil interministériel du 15 octobre 1993. Elle s'articule autour de cinq axes majeurs.

7.1- le soutien à la vie associative : notre pays dispose depuis très longtemps d'un tissu associatif très dense marqué par l'existence d'une multitude d'associations particulièrement en milieu jeune. Les structures associatives, cadre de mobilisation, de concertation et de dialogue permettent aux jeunes de prendre progressivement leur responsabilité dans le développement du pays. Ainsi convient-il de les soutenir par la formation des cadres bénévoles et par un appui matériel technique et financier pour un meilleur fonctionnement.

7.2- le renforcement de la communication entre l'Etat et la jeunesse

Il s'agit non seulement d'associer la jeunesse au processus décisionnel pour une meilleure prise en compte de ses préoccupations mais également de promouvoir le dialogue entre elle et les pouvoirs publics. C'est dans cette perspective que se situe la redynamisation du Conseil national de la Jeunesse. Cette organisation qui regroupe les associations et mouvements nationaux de jeunesse, est aujourd'hui le représentant des jeunes auprès des pouvoirs publics.

7.3- Le développement des activités socio-éducatives

Les activités socio-éducatives constituent un important cadre de mobilisation et de sensibilisation des jeunes sur des problèmes de développement et de santé mais également un moyen d'éducation. C'est la raison pour laquelle une attention particulière doit être accordée à leur développement.

7.4- La participation des jeunes aux grands projets et programmes du gouvernement

Depuis quelques années, un certain nombre de projets et programmes de grande envergure ont été initiés par le gouvernement en vue de faire face aux grandes contraintes qui se posent au développement économique du pays notamment dans les domaines de l'hydraulique et de l'environnement. La mise en œuvre de ces projets nécessite la mobilisation d'importants moyens matériels, financiers et humains. La jeunesse de par son poids démographique, sa disponibilité et sa grande capacité de mobilisation devrait donc contribuer fortement à la réalisation de ces projets. Il s'agit donc de promouvoir cette participation.

7.5- L'insertion socio-économique des jeunes : l'un des problèmes majeurs rencontrés par la jeunesse en cette fin de siècle demeure sans conteste le chômage. Le Ministère de la Jeunesse ne pouvait dès lors manquer de s'engager dans la résolution de ce problème comme l'y invite le décret 79-1089 portant organisation du SEJS.

Ainsi la dimension insertion socio-économique est désormais davantage prise en compte dans toutes les stratégies développées.

Par ailleurs, suite aux conférences du Caire et de Beijing et dans le cadre de la politique de population ; le Ministère s'oriente également de plus en plus dans la prise en charge des problèmes de santé des jeunes notamment dans le domaine de la prévention. Ces orientations traduisent la volonté du Ministère de la Jeunesse et des Sports d'apporter une réponse globale aux problèmes qui se posent à la jeunesse.

CHAPITRE VIII / : BESOINS ET ASPIRATIONS DES JEUNES

La diversité des besoins et aspirations des jeunes est un champ très vaste qui dépasse le cadre de cette étude puisqu'ils occupent une place centrale dans la politique économique et sociale de l'Etat sénégalais. En ce qui nous concerne, nous évoquerons trois (3) aspects qui nous semblent pertinents de par la manière et la permanence dont ils se manifestent. Ce sont les questions de formation, de santé et d'emploi.

8.1- En matière de formation : Au lendemain de l'indépendance, le gouvernement avait mis en place un important réseau d'établissements de formation technique et professionnelle, réseau qui se voulait être le prolongement naturel des établissements d'enseignement général. Il s'agissait de promouvoir la formation professionnelle rurale afin de développer les potentialités des différentes régions dans les domaines de l'agriculture, de l'élevage, de la pêche et de l'artisanat. Si les premières générations d'élèves et d'étudiants n'ont eu aucun problème pour intégrer ces établissements ; les dernières auront toutes les difficultés à suivre liées aux limites de ces établissements à satisfaire une demande de plus en plus grande de par la croissance exponentielle de la population élèves-étudiants. A cela il faut ajouter les moyens de l'Etat qui s'amenuisent comme « peau de chagrin » pour faire fonctionner ces établissements. Progressivement à l'obsolescence des moyens et des infrastructures la non automaticité à l'accès à un emploi a fini de limiter drastiquement les possibilités de ces structures à satisfaire aux besoins de formation. Par ailleurs tous les jeunes qui réclament un emploi ne sont pas tous dépositaires d'une formation technique et/ou professionnelle.

8.2- En matière de santé : Au plan sanitaire, les principaux problèmes rencontrés par les jeunes se ramènent à la santé de la reproduction notamment dans ses aspects grossesses précoces et/ou non désirées, avortements, MST et SIDA. Des programmes spécifiques centrés sur les jeunes ont été élaborés aussi bien par le Ministère de la Jeunesse et des Sports, celui de la Santé de même que la Banque Mondiale, le FNUAP, l'UNICEF et les ONG. Toutefois, il est ressorti des études menées dans le cadre de la santé de la reproduction qu'il n'y a pas de services cliniques de planification familiale conçus à l'intention des jeunes et des adolescents.

C'est ce qui explique dans une certaine mesure le faible taux d'utilisation de contraceptifs chez les adolescents. Le taux serait selon les résultats de l'EDS II de 0,7 %. Cette situation explique le taux élevé de maternité précoce constante dans la même étude puisque l'âge de la première maternité est de 18,7 ans en zone rurale et 20,1 en zone urbaine. Face à cette situation le MJS avec l'appui du FNUAP s'est lancé dans la mise en place de centres conseils. Les centres conseils constituent des structures d'offre de service multiples (accueil, informations, orientation, prise en charge médicale, assistance psychologique etc.) dotées d'une équipe médico-psycho sociale composée d'un psychologue, d'une sage femme, de deux assistantes sociales, d'un communicateur en plus des techniciens du Ministère de la Jeunesse en service au CDEPS.

Ces centres sont spécialisés dans la prévention des grossesses précoces et non désirées, les MST, le SIDA et la drogue. La nouvelle approche de prise en charge des problèmes de santé des jeunes a un effet certain. Cependant leur implantation encore timide (Dakar, Mbour, Kaolack, Ziguinchor), malgré l'extension annoncée (Louga, Tamba, Rufisque, Mbacké) fait que même dans les zones où ils existent il leur est difficile de pouvoir répondre à toutes les sollicitations, nombreuses et variées.

8.3- En matière d'emploi : l'analyse du problème de l'emploi des jeunes nous révèle la persistance de quatre grandes tendances qui y apparaissent comme des constantes :

- *l'accroissement continu de la demande avec l'arrivée sur le marché de jeunes de plus en plus nombreux et qualifiés ;

- *la réduction de l'offre d'emplois salariés de par un amaigrissement de la fonction publique et un secteur privé non générateur d'emplois ;

- *l'inexploitation de secteurs porteurs de potentialités réelles d'auto-emploi ;

- *le développement du secteur informel mal maîtrisé qui devrait néanmoins exercer sur les jeunes une influence de plus en plus importante.

Face à cette situation diverses tentatives à l'initiative du gouvernement ont été engagées en vue de solutionner le problème de l'emploi des jeunes. Les tentatives ont consisté en des formules expérimentées de diverses manières selon les groupes ciblés ou les activités visées. A titre d'illustration on peut citer quelques unes de ces expériences parmi les plus significatives : l'opération « kiosque à pain », l'opération « maîtrisard » « l'AGETIP », « le Projet ASC-Emploi », l'opération « magasin-témoin ».

Au plan de la coopération internationale on peut noter les sessions de formation à l'entrepreneuriat jeunesse initiées par la CONFEJES au bénéfice de ses membres dont le Sénégal.

Malgré toutes ces expériences, la question de l'emploi des jeunes s'est posée et se pose encore de manière plus ponctuelle au point qu'un leader politique en avait fait son principal thème de campagne en Mars 2000.

Mais a-t-on jamais évalué les actions menées ? S'est-t-on jamais préoccupé de diagnostiquer les causes des échecs ? C'est pourquoi il me paraît pertinent de jeter un regard critique sur le « modus opérandis » ayant véhiculé les diverses tentatives.

A cet égard il faut souligner la pertinence du critère organique dans l'identification des groupes cibles. Il semble en effet que le ciblage des groupes a souvent mis en exergue l'aspect organico structurel au détriment de l'aspect motivation ponctué par l'intérêt à agir ou la capacité à entreprendre. Les diverses opérations menées ont généralement des catégories caractérisées par le critère organique : les diplômés, les ASC, les GIE. Or il nous semble qu'en matière d'auto-emploi, le critère organique ne saurait constituer une condition suffisante pour garantir la pertinence des options.

QUATRIEME PARTIE : RECOMMANDATIONS- CONCLUSIONS

CHAPITRE IX- RECOMMANDATIONS

9.1- En direction des médias

*Les émissions destinées aux jeunes occupent un volume horaire très faible (entre 5 et 10 %). A peine six heures par semaine sont réservés à ces dernières. Une augmentation sensible du temps au moins à 25 % serait déjà un léger mieux .

*le contenu des émissions n'est pas souvent de qualité : parce que les animateurs abordent les thèmes superficiellement et de manière peu sérieuses. Ils ne font pas appel régulièrement à des experts. Les professionnels peuvent très souvent en peu de temps et en peu de mots délivrer des messages pertinents et socialement acceptables par les jeunes.

*l'intitulé des émissions est tellement banalisé qu'il n'est pas captatif. Par exemple : histoires de filles, salut les mômes etc. Il est souhaitable de donner des intitulés assez évocateurs et qui suscitent la curiosité des jeunes.

*tendre vers un rééquilibrage entre le sport et la jeunesse. On perçoit exclusivement les préoccupations de la jeunesse à travers le sport.

*les médias doivent prendre l'initiative d'aller vers les pouvoirs publics car au delà de l'aspect officiel de l'action du gouvernement, elles ont des missions de service public d'informer les jeunes sur les opportunités de services développées en leur intention. En quelque sorte les médias sont en partie le relais de l'action gouvernementale en direction des populations.

*des plans – médias peuvent être ficelés avec les pouvoirs publics.

*le niveau des animateurs peut être relevé afin de mieux les préparer à aborder avec la sensibilité qui sied les problèmes des jeunes. Ils est difficile de rendre fidèlement les sentiments de ces derniers si on ne s'approprie pas leurs contraintes et angoisses.

*en relayant les préoccupations des jeunes les radios doivent aller dans les questions de fonds en initiant des débats contradictoires et ne pas se contenter d'être une tribune de récrimination des pouvoirs publics.

*d'être plus flexibles (aller le plus souvent vers les auditeurs) et plus démocratique (en permettant à tous de s'y reconnaître).

*faire plus d'efforts dans la maîtrise des langues nationales

*diffuser des émissions mieux construites qui parlent d'un problème et aboutissent à une solution.

*procéder à des études d'auditoire afin de mieux appréhender les connaissances, aptitudes et pratiques des jeunes.

*plus de modestie (ne pas jouer à la vedette) et plus de profondeur dans les prestations ;

*dans les grilles de programmes s'ouvrir aux informations d'offre de services, d'emplois, aux faits de société, aux faits de culture, de tradition ;

*s'informer davantage sur le contenu de la politique de jeunesse afin d'éviter « l'à peu près ».

9.2-En direction des pouvoirs publics

*assortir les programmes, les projets et les plans d'actions en direction des jeunes de plans de communication pour accompagner le processus d'exécution afin de rendre compte des réalisations, d'informer sur les difficultés.

*créer auprès de chaque structure publique d'envergure (ministère, entreprise publique) une cellule de communication ayant à sa charge de concevoir des plans afin de mieux visualiser les actions.

*établir avec les radios des plans médias sur l'action gouvernementale et même disposer d'une tranche horaire pour mieux dialoguer avec les populations en général, les jeunes en particulier. Plutôt que d'en faire des tribunes pour parler à la jeunesse, mais parler avec la jeunesse.

*permettre par le truchement des radios que des autorités puissent à travers des émissions interactives ou en table ronde engager avec les jeunes et de manière civilisée des débats contradictoires et sans démagogie.

9.3-En direction des jeunes

*que l'expression des aspirations n'emprunte pas forcément des allures de revendications violentes, irréalistes et incontrôlées. Il est possible d'ouvrir avec les pouvoirs publics des dialogues constructifs dans le respect des prérogatives et des intérêts de chaque entité ;

*participer à la construction du pays en faisant des propositions concrètes ayant pour seule finalité le développement de la nation ;

*concevoir et proposer aux médias des émissions à contenu par les jeunes et pour les jeunes par le biais des organisations de jeunesse (ASC, ONCAV, CNJS etc.)

CHAPITRE 10 : CONCLUSION

Les auditeurs (jeunes) actuels et potentiels des radios de proximité de Thiès et Dakar affirment que leur écoute de la radio est fonction du contenu (information divertissement) de l'émission, de l'animateur d'abord. La notoriété de la radio se construit sur ces éléments qui doivent prendre en compte en priorité les rapports avec les populations, le dynamisme et la compétence à l'antenne.

Il ressort de ces considérations que les radios peuvent participer de façon significative au dialogue entre les pouvoirs publics et les jeunes.

Cette contribution a toutefois un coût en termes de proximité avec les acteurs (pouvoirs publics/jeunes) de moyens (techniques et technologiques) et de savoir faire (professionnalisme ou professionnalisation) des communicateurs.

Enfin une connaissance des attentes des pouvoirs publics et des jeunes est une condition sine qua non pour l'installation d'un dialogue constructif.

BIBLIOGRAPHIE

* Rapport d'activités 1998/Perspectives 1999-Ministère de la Jeunesse et des Sports.

*Problématique de l'intégration des jeunes dans la Cité : insertion des jeunes dans le monde du travail. Communication de Monsieur Babacar Thiaw -Inspecteur de la Jeunesse et des Sports au forum ODCAV-Ville de Dakar du 02.12.99 au SLSS.

*Les Mbindaans sans mbindou - Etude avec les petites bonnes à Dakar. Enda T.M.Février 96

*Projet de document introductif aux assises de Haut Comité de la Jeunesse - MJS 1999

*Atelier sur l'étude d'auditoire par le diagnostic participatif - Jacques Da Matha - Martin Faye - Rts - Novembre 97.

*Monographies de fin de stage pour le CAIEPJS sur Société, jeunesse et crise : la communication sociale en question - Ousmane Seck - INSEPS 1990

*Promotion de l'emploi et mobilisation des jeunes, contribution à l'étude des actions gouvernementales à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication affective - Mansour Sy - INSEPS 1992.

*Ixe Plan d'Orientation pour le Développement économique et social du Sénégal (1996/2001) ;

*Pluralité radiophonique en Afrique de l'Ouest - Tome 1 - Institut Panos/L'harmattan

*Document de présentation des associations et mouvements nationaux de jeunesse et d'éducation populaire - Moussé Dior Diop - INSEPS 1999

*Actes du séminaire de la Confejes sur la formation des formateurs de jeunes en leadership - Juin 1997.

ANNEXES

Oumar Daouda SOGNANE
Cité El Hadji Malick SY
Villa n° 24-B
Tél. 951.66.69
THIES

Thiès, le

**OBJET : Demande d'accès aux locaux
de votre station**

Les étudiants de l'INSEPS en général, ceux de la section des Inspecteurs de la Jeunesse et des Sports en particulier sont astreints à la fin de leur formation à produire une monographie sur un sujet de leur choix.

En ce qui me concerne, je me propose de réfléchir sur la contribution des radios régionales et/ou de proximité dans le processus de communication entre les pouvoirs publics et les jeunes (exemple de Thiès et Dakar). C'est pourquoi je vous serais reconnaissant de m'autoriser à accéder aux locaux de la station afin de collecter les informations nécessaires et m'entretenir au besoin avec le personnel.

Espérant une suite favorable, veuillez recevoir l'expression de mes sentiments de profonde gratitude.

A

1/- Questionnaire relatif aux justificatifs : * Chefs de station

*** CESTI**

1-Radios régionales ou de proximité (expliquer)

2-Qu'est-ce qui justifie ces radios

*Politique

*Economique

*Sociale

*Autres

3-Quelles(s) appréciation(s) faites-vous de la contribution de votre radio au renforcement du dialogue entre les pouvoirs publics et les jeunes

*pourquoi

4-Quelles suggestions pour le renforcement ou la construction

2/-Questionnaire sur la politique de jeunesse

1-Connaissez-vous le contenu de la politique de jeunesse

2-Quels sont ces grands axes

3-A travers quelle(s) émission(s) abordez vous ces axes

4-Avez-vous le sentiment qu'il y a dialogue entre les jeunes
et les pouvoirs publics

*Si oui comment

*Si non ou se situe la rupture

3/-Questionnaire destiné aux Chefs de station

*Dénomination de la station

*Localisation

*Heures d'émission (extrémités)

*Grilles des programmes (listes)

*Rapports

-avec les pouvoirs publics

-avec les structures de jeunes

*Critère de choix des animateurs

*Contraintes

-Techniques

-Politiques

-Financières

*Améliorations possibles

4/-Questionnaire portant sur l'émission

Intitulé de l'émission.....

Animateur(s) trice(s)

Thèmes (contenu).....

Objectifs poursuivis.....

Cibles.....

Durée(tps).....

Heures de diffusion.....

Déroulement.....

Contraintes liées à :

*l'auditoire

*moyens

*à la technique

*autres

Performances

Améliorations possibles

5/-Questionnaire portant sur l'animateur(trice)

Prénoms :

Nom :

Age :

Niveau d'instruction :.....

Diplômes obtenus :.....

Formation professionnelle suivie :.....

Titre émission :.....

Thèmes abordés :

Processus (fil conducteur) :.....

Heures de diffusion :

Contrainte de l'animateur (trice) :.....

*Formation (capacité)

*Moyens

*Autres

6/-Questionnaire destiné aux ASC/FAN'S CLUB/JEUNES INDIVIDUELS

Quelle(s) chaîne(s) de radio écoutez-vous

Quels types de programmes

Quelles émissions précises

Comment choisissez-vous vos programmes

*Selon la station

*Selon le thème

*Selon l'animateur

*Selon l'émission

Quelles sont les motivations quant aux choix des stations et des émissions

Qualité de l'écoute

Fréquence d'écoute

Heures d'écoute

Concordances avec vos activités

Connaissances de la programmation (heure d'ouverture et de fermeture)

Degré de satisfaction

Proximité des préoccupations (besoins, attentes)

Crédibilités des animateurs

Améliorations suggérées

Apports de l'émission sur les modes de relation entretenues avec les autorités publiques

Tableau d'analyse comparée des grilles de programme

Horaires	Chaîne nationale	Chaîne inter	Dakar Fm
6H – 7H	Taggee en wolof		
7H – 8H	journal : français, pulaar, soninke	Magazine d'informations	Magazine d'informations
8H – 9H	Infos en serere Éducation sensibilisation	Animation Histoire, culture	Divertissement Publicité jeux
9H – 10H	Tagge en wolof Détente et	Culture, livre	
10H – 11H	jeu	Santé, social	
11H – 12H	Taggee en wolof	Divertissement	
12H – 13H	Journal en wolof Avis syncro	Musique, jeux, jeunesse	
13H – 14 H	Journal en français	JP	JP
14H – 15H	publicité Education / sensibilisation	Magazines, débats, sensibilisation	Divertissement Jeux Humour publicité
15H – 16H	Education / femmes	magazines	
16H – 17H	Magazine culturel Infos en pulaar	Education / sensibilisation	
17H – 18H	Infos en wolof	Art, poésie	
18H – 19H	Infos en diola et en mandingue	Divertissement Avis en synchro	
19H – 20H	Jp en français publicité	Sciences	JP
20H – 21H	Radio rurale	Développement, culture	Animation à thèmes
21H- 22H	Magazine culturel Magazine social	Société, idées	
22H – 23H	Jp en français Culture, éducation	culture	JP Divertissement
23H – 00H	veillée	Culture, débat,	Divertissement jeux
00H – 01H	veillée	Histoire, art, société	
01 – 6H	Animation Inserts téléphoniques Débat religieux	Diffusion automatique (programmation émissions éducation, histoire, culture, débat etc...	Diffusion automatique (programmation musicale)

	LUNDI	MARDI	MERcredi	JEVREDI	SA ME DI	DIMANCI	
8h-9h30	ANIMATION	ANIMATION		FISILALY KHOR'AN (SOCC)	Pencum	EMISSION Catholique	
9h30-10h30	JOURNAL NONE	JOURNAL NONE		IDEM	Auditeur	Cloche du dim	
10h30-11h30	ANIMATION	ANIMATION		IDEM	yi	IDEM	
11h30-12h30	IDEM	IDEM		IDEM	emission	IDEM	
12h30-13h45	JOURNAL FRANÇAIS	JOURNAL FRANÇAIS		IDEM	inter-active	Look a Hea	
13h45-14h30	ANIMATION	ANIMATION		IDEM	SYNCHRO à 14h	à partir de cloche	
SYNCHRONISATION JUSQU'A 14H							
14h-15h	JAZZ	RYTHME & BUES	JAZZ	SOUL MUSIC	SERMON IMAN	JAZZ	Mandingue
15h-16h	JAKARLO	JOXANTOU	CARREFOU DE L'EDUCATION	ANIMATION	SYNCHRO JK	SPORTIVES	Mandingue
16h-16h45	JOURNAL WOLOF	Journal	Journal	JOURNAL	JOURNAL	ANIMATION	SYNCHRO
16h45-17h	GENERAT ² HIP/HOP	Guewbi	ANIMATION ROUL-KOHA 16h30-16h45	Guewbi	WAMY	YODRO MARSE Aterre ONG	Mega-Sport
	SYNCHRO	SYNCHRO	SYNCHRO	SYNCHRO	SYNCHRO	SYNCHRO	SYNCHRO
17h45-20h30	STIGUENE CA WAR WA	19H 19H 15 YONUNJUP	18H 35 - 19H 15 ANIMATION	19H YONUNJUP 19h15 M. JUP	19H SYNCHRO	19H DE LA Club de Presse	SYNCHRO
		20H 20H 20 JOTAYU BAYCAT	19H 15 20H JOTAYU PLAN	19H 15 - 20H quartier à la 1	20H ANIMATION Religieuse	20H THEATRE A LA RADIO	SYNCHRO
			20H routière	20H MABILIM			
20h30	ANIMATION	MISI KOU DETB	CURBINE	SYNCHRO	Beuguel sa Sape?	ANIMATION	Rencontre des ARTS
	ANIMATION						

