HAL
open science

Régulation et autorégulation de l'information en ligne au Sénégal : le cas des portails d'informations généralistes Seneweb et Leral

El Hadji Malick Ndiaye

To cite this version:

El Hadji Malick Ndiaye. Régulation et autorégulation de l'information en ligne au Sénégal : le cas des portails d'informations généralistes Seneweb et Leral. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01679813

HAL Id: dumas-01679813

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01679813v1

Submitted on 10 Jan 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

NDIAYE El Hadji Malick

Régulation et autorégulation de l'information en ligne au Sénégal : le cas des portails d'informations généralistes Seneweb et Leral

UFR Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication

Mémoire de master 2 Mention Information et communication

Parcours : Information Communication Publique et Médias (ICPM)

Sous la co-direction de Pr Bertrand Cabedoche et de Dr Sokhna Fatou Seck Sarr

Année universitaire 2016-2017

Résumé :

L'objectif de ce mémoire est d'analyser la régulation des portails d'information au Sénégal en interrogeant par la même occasion les pratiques auxquelles s'adonnent les acteurs de l'information en ligne. En combinant une démarche diachronique-analytique à des études empiriques, il fait ressortir l'essentiel des aspects de l'information en ligne, ses dérives et les dispositions prises pour les enrayer. D'une part, une auscultation de la régulation des portails, aux plans légal-réglementaire, technique, économique est entreprise afin de voir si ces aspects sont pris en compte par les puissances publiques et les cadres de régulation qu'elles ont mis en place. D'autre part, un travail d'analyse et de systématisation des activités des acteurs allant dans le sens d'une régulation et d'une amélioration de leurs pratiques en ligne est effectué.

À cet effet, nous faisons l'hypothèse que les puissances publiques n'ont pas construit l'architecture de régulation adéquate pour faire face aux dérives informationnelles qui se multiplient sur les sites d'informations et que ce sont les acteurs qui s'organisent eux-mêmes pour améliorer leurs contenus.

Mots clés : régulation, Portails, information en ligne.

Abstract :

The objective of this thesis is to analyze the regulation of information portals in Senegal by questioning the practices of Online Information users. This work will combine a diachronic-analytical approach with empirical studies which will highlight the essential aspects of online information and measures taken to stop them. On the one hand, a review of the regulation of portals, at the legal-regulatory, technical and economic level, is undertaken to see whether these aspects are taken into account by the public powers and the regulatory frameworks they have set up. On the other hand, the work is carried out to analyze and systematize the activities of the users in order to regulate and improve their online practices.

To this end, we hypothesize that the public powers have not built the appropriate regulatory architecture to cope with the information drifts that multiply on the information sites and that it is the actors who organize themselves to improve their content.

This work is firmly anchored in the Information and Communication Sciences, evidenced by its key words: regulation, portals, online information.

Keywords: regulation, portal, online information

Déclaration anti-plagiat

UFR LLASIC

UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

Déclaration anti-plagiat
Document **à scanner** après signature
et **à intégrer** au mémoire électronique

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : NDIAYE PRENOM : EL HADJI MALICK

DATE : 16 Juin 2017 SIGNATURE :

Remerciements

Mes remerciements vont à mes encadreurs, le Dr Sokhna Fatou Seck SARR et le Pr Bertrand Cabedoche pour la grande disponibilité et la sollicitude dont ils ont fait preuve tout au long de ce travail.

Je tiens également à remercier mes amis et frères tels qu'Abdoulaye Ndiaye, Mouhameth Beye, Baye Modou Sambou et Mouhameth Seck pour leur soutien.

Je remercie la Section Communication de l'UFR CRAC, notamment le Directeur de l'UFR, Mor FAYE, pour ses conseils.

Enfin je remercie mes parents, mon père et ma mère qui ne cessent de prier pour moi et de me témoigner leur confiance. Je leur dédie ce mémoire.

Avant-propos :

À partir des centres d'intérêts qui m'ont animé dès le début de ma formation en Communication en Licence 1, j'ai toujours eu une grande attirance pour le numérique mais aussi les puissances publiques. C'est d'ailleurs ce qui a justifié mon choix pour le parcours de Communication publique et territoriale à partir de la licence. Ayant opté pour ce choix en Master, j'avais à cœur de questionner les institutions publiques et territoriales, non pas dans le cadre classique de leur communication, mais en rapport avec les médias, leur rôle dans le secteur de ces médias. Seulement, le secteur médiatique, affecté par le numérique, est profondément en mutation. L'information en ligne, qui devient de plus en consommée par les étudiants que je côtoie chaque jour, s'est substitué à la presse écrite dans les habitudes de consommation médiatique. Cette information en ligne, a, cependant, été sujette à plusieurs scandales liés aux mœurs et à la violation des données à caractère personnel. Ce constat, nous a poussés à nous poser des questions sur la régulation des contenus qui concernait antérieurement les médias classiques et devrait s'adapter pour s'appliquer aux médias en ligne.

À l'issue des travaux que nous avions déjà entamée et menés sur les médias transnationaux, nous nous étions déjà rendu compte que la dimension numérique, à travers leurs extensions sur les réseaux sociaux et leurs sites Web, ainsi que le caractère interactif de ceux-ci, avait révélé le caractère essentiel de l'Internet, même pour les médias classiques. Nous avons donc saisi l'importance croissante de l'information en ligne, mais aussi l'acuité des dérives notées sur les sites Web et les réseaux sociaux au Sénégal, et décidé d'entreprendre un travail de recherche dans ces questions. Nous avons voulu les mettre en rapport avec la régulation, qui restait essentiellement à l'initiative et l'apanage des puissances publiques en Afrique de l'Ouest Francophone. Cette volonté a été confortée par notre voyage en mobilité à Grenoble qui est intervenue tard du fait de blocages administratifs. À notre accueil, le Pr Cabedoche nous a invités donc à nous inscrire dans un projet de l'axe II en phase de construction. Il nous est donc apparu opportun et pertinent, en sus de notre intérêt initial pour les phénomènes de régulation qui se rattachent aux puissances publiques, et de l'objet du séminaire de l'axe II sur *Puissance publique et diversité culturelle,* de travailler sur ce sujet, mais dans le cadre des médias en ligne.

Les puissances publiques ont, en effet, créées des organes de régulation pour accompagner ces mutations engendrées par l'Internet. À partir de là, nous avons construit notre objet autour de la régulation des sites d'informations, plus particulièrement les portails qui sont les plus visités au Sénégal. Ceci en vue de questionner les principaux dispositifs ou mécanismes de régulation

ou d'autorégulation qui pourraient, oui ou non, permettre d'améliorer les pratiques de ces portails.

Malgré le temps court dont nous disposions pour effectuer tout ce travail et donc les difficultés qu'il a impliqué du point de vue du recueil des informations et données, il s'agissait de poser les bases d'une étude sur la régulation de l'information en ligne au Sénégal et en Afrique de l'Ouest Francophone. Il s'agissait aussi d'entamer un chantier qui nous semble important dans les thématiques qui constituent des défis de la recherche en Sciences de l'Information et de la Communication dans cet espace géoculturel sous régional.

Sigles et abréviations :

AAI: Autorité administrative indépendante

ANPELS : Association Nationale des Professionnels de la Presse en Ligne du Sénégal

APPEL : Association des Éditeurs et Professionnels de la Presse en Ligne du Sénégal

APS : Agence de presse sénégalaise

ARTP : Autorité de Régulation des Télécommunications et Postes

ATRTP : Autorité transitoire de régulation des postes et des télécommunications

BCCSA : Broadcasting Complaints Commission of South Africa-Founding bodies committee

CDP : Commission de Protection des Données Personnelles

CNRA : Conseil national de régulation de l'audiovisuel

CORED : Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie

CSA : Conseil supérieur de l'Audiovisuel

CSC : Conseil supérieur de la Communication

CSU: Consortium du service universel

EPC : Economie politique de la communication

FCC : Federal Communications Commissions

GFM : Groupe futurs média

HACA : Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

IAB : Internet Architecture Board

ICANN : Internet Corporation for Assigned Names and Numbers

IETF : Internet Engineering Task Force

LOSI: Loi d'orientation sur la société de l'information

ODEM : Observatoire de la déontologie et de l'éthique des médias

ODEP : Observatoire togolais des médias

OGUIDEM : Observatoire guinéen de la déontologie et de l'éthique dans les médias

OLPCA : Observatoire de la liberté de la presse en Centrafrique

OMC: Organisation mondiale du commerce

OMENCI : Observatoire des médias numériques de la Côte d'Ivoire

OMPI (WIPO) : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

PRMUG : Plate-forme des régulateurs de l'audiovisuel des pays membres de l'UEMOA et de la Guinée

REFRAM : Réseau Francophone des régulateurs des médias

REJOTIC : Réseau des journalistes en TIC

RGPHAE: Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage

REPPRELCI : Réseau des professionnels de la presse en ligne de Côte d'Ivoire

RTS : Radiodiffusion télévision sénégalaise

SARL : Société à responsabilité limitée

SODAV : Sénégalaise du droit d'auteur et des droits voisins

SYNPICS : Syndicat des professionnels de l'information et de la communication du Sénégal

UIT (IUT): Union international des telecommunications

Sommaire

Sommaire…….....8

Introduction……..9

Partie 1 : Regards croisés sur les organes de régulation et les portails d'informations…….19

Chapitre 1 : Analyse systémique des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone……21

Chapitre 2 : Une puissance publique régulatrice ou impuissante face aux pratiques des portails d'informations ?.....41

Partie 2 : Jeux d'acteurs de l'information en ligne : entre autorégulation et participation…….. 70

Chapitre 3 : Jeux d'acteurs dans la régulation de l'information en ligne : Autorégulation ou corégulation?.....73

Chapitre 4 : Participation des internautes dans la construction de l'information en ligne : Quel apport pour la régulation des contenus des portails ?.....100

Conclusion générale……...…...131

Introduction

"The newspaper is dead, long live the newspaper[1]"[2] (Stuart, 2006). Cette phrase, plus qu'une simple citation, traduit l'idée de profondes mutations engendrées, comme toujours, par l'avènement de nouvelles technologies. Comme le cinéma pour la presse écrite, la radio pour le cinéma, la télévision pour la radio, l'Internet porté par le numérique a engendré des changements dans l'environnement médiatique. En fait, sans que l'on puisse dire pour autant qu'une technologie de l'information et de la communication chasse l'autre, par exemple les discours alarmistes des patrons de presse ne traduisent en réalité qu'une stratégie dilatoire, jusqu'au moment où ils sont en mesure de maîtriser économiquement la « nouvelle technologie »[3]. Bernard Miège, l'exprime assez bien en évoquant le cas *« des groupes de presse de petite taille attachés à conserver leurs territoires, et quelques magnats, plus intéressés à gagner des espaces publicitaires qu'à construire durablement un lectorat. »*[4] (Miège, 1996, p.145). Il écrit à propos des patrons de presse que leurs positions *« n'était d'ailleurs pas exempte d'arrière-pensées : leur objectif était de freiner au maximum l'arrivée des nouveaux médias, puis si possible, d'en contrôler le développement. Le cas du lancement du système de vidéotex Télétel est à cet égard exemplaire ; la petite enfance de ce média fut marquée à la fois par des actions de refus et des tentatives de contrôle. »* (Miège, Ibidem, p.145). International network comme son nom l'indique, a pour support le World Wide Web et appareillage technique le numérique. Ce dernier englobe *« l'ensemble des procédés et techniques qui permettent de transformer n'importe quel objet en ensemble de données binaires, les algorithmes informatiques qui traitent ces données (y compris les conserver et en prendre soin) ainsi que les procédés qui génèrent des rendus tangibles des résultats obtenus, notamment sous forme visuelle, sonore ou d'objets physiques »*[5] (Vinck, 2016, p.9). Les possibilités offertes par cette dite *« révolution Internet »*[6] (Char, 2006) impacteraient considérablement la chaîne informationnelle selon les thèses d'auteurs, chantres des innovations techniques. Seulement, cette évolution technique semble plutôt créer, au plan informationnel, un *passage d'un*

---

[1] «The newspaper is dead, long live the newspaper » : « Le journal est mort vive le journal » est une analogie à la citation « le roi est mort vive le roi » pour designer la mort du journal et la naissance du journal. Une allusion à la presse écrite et à la presse en ligne.

[2] Stuart, Allan. *Online news: journalism and Internet.* McGraw-Hill UK, 2006, p.2

[3] Charon, Jean-Marie., *La diversification mondiale des quotidiens européens*, SPES-DGT, note reprographiée, p.86.

[4] Miège, Bernard, La société conquise par la communication. 1 – Logiques sociales, Grenoble, PUG, 1996, p. 145.

[5] Vinck, Dominique. *Humanités numériques, la culture face aux nouvelles technologies,* Editions Le Cavalier Bleu, 2016, p.9

[6] Char, A., & Côté, R. (2009). *La révolution internet*. PUQ.

journalisme d'enquête à un journalisme d'examen, de « pré-cuit »[7] pour d'autres chercheurs (Brusini, James, 1982) à la place d'une révolution.

Dans un premier temps, c'est l'activité traditionnelle de collecte de l'information, ainsi que l'architecture qui la sous-tend, qui s'en trouvent partiellement remodelées. Côté production, un renouvellement des pratiques du journalisme à l'ère du numérique est constaté avec *une réorganisation des rédactions et l'émergence de nouvelles compétences*[8] (Mercier et Pignard-Cheynel, 2014). En ce qui concerne la diffusion de l'information, l'infrastructure du *« réseau des réseaux »* elle, a modifiée *« le fondement technologique de la forme d'organisation propre à l'ère de l'information : le réseau »*[9], (Castells, 2002, p. 9) en induisant une interconnexion de toutes lignes de la toile à l'échelle mondiale. Du côté de la réception, l'émergence d'une *« culture participative »*[10] (Jenkins, 2006b) et de son corollaire les *User Generated content (UGC)* ou *User created-content (UCC)* (OCDE, 2007) déplace la figure du récepteur passif et amorphe, modelé par les contenus médiatiques vers celle d'une puissance *d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel*[11] (Proulx, 2011). Il s'agit bien là, de mutations techniques qui impactent les dynamiques sociales au sens *« des articulations production-consommation, des réorganisations symboliques, des changements dans la gestion du « social » et des mécanismes de formation des usages sociaux »* (Miège, 2005b, p. 194). Aujourd'hui, toutes les sociétés ou presque, à divers degrés, avec des dispositifs et moyens de communication contrastés, et à des points différents de ce processus, ont saisi ces mutations opérées dans *« l'ordre communicationnel »*[12] (Miège, 2000). L'Afrique, a, elle aussi, prise la locomotive des innovations techniques et tente de s'y faire une place notamment à travers les *Industries des Technologies d'Information et de la Communication*. Le cinéma par exemple, constitue une des rampes de lancement de l'Afrique vers cette industrialisation[13].

---

[7] Brusini, Hervé et James, Francis. *Voir la vérité : le journalisme de télévision*. Presses universitaires de France, 1982.

[8] Mercier, A., & Pignard-Cheynel, N. (2014). *Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux. RFSIC*, (5).

[9] Castells, M. (2002). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press on Demand.

[10] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.

[11] Proulx, Serge. « La puissance d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel. Premières réflexions », *Revue du MAUSS permanente*, 29 juin 2011 [en ligne]. http://www.journaldumauss.net/./?La-puissance-d-agir-d-une-culture

[12] Miège, B. (2000). *Les industries du contenu face à l'ordre communicationnel. La communication en plus. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.*

[13] Cf. Bertrand Cabedoche, 2015, « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique dans le champ des sciences humaines et sociales », préface pp. 17-44, in Delphe Kifouani et François Fronty (dir.), *La diversité du documentaire de création en Afrique*, Paris, L'Harmattan, 2015.

Dans cette logique, l'Afrique subsaharienne offre des perspectives intéressantes avec des *« signes encourageants »*[14]. Néanmoins, au sein des régions, sous-régions et pays, existent des fossés et une dite *« fracture numérique »*, qui traduisent encore l'ineffectivité de la *société dite de l'information*. À titre d'illustration, en Afrique de l'Ouest Francophone, le Sénégal avec 21,7% et la Côte d'Ivoire 21% respectivement aux 140ème et 137ème places pour les particuliers qui utilisent Internet, contrastent fortement avec le Bénin (6,8%, 178ème) ou le Niger (2,22, 189ème)[15]. Ceci renseigne à suffisance sur les disparités qui existent entre pays et au sein même des pays entre *« inforiches »* et *« infopauvres »*[16]. Dans ce contexte, fleurissent des médias sur Internet partir de la fin de la décennie 1990 et du début des années 2000 au Sénégal. Dans un contexte national où la radio est en pleine émergence et la télévision encore monopolisée par le média de « service public » au Sénégal, naissent les premiers portails d'informations généralistes sur le Web. L'un des premiers d'entre eux, www.seneweb.com et des plus suivis actuellement, nait en 1999 et se trouve plus destiné à la diaspora sénégalaise qui était déjà connectée à cette date, alors que la connexion restait un luxe dans le pays. Cette donne a cependant évolué depuis lors. Aujourd'hui, ces portails d'informations deviennent des sources privilégiés d'information des internautes sénégalais avec un *Google pagerank* de 309,614 visites[17] par jour pour *Seneweb* en 2016, qui traduit des pratiques informationnelles des sénégalais résolument orientées vers ces portails même si les médias classiques restent les plus suivis.

Si la place de ces portails d'informations devient indiscutable dans l'environnement médiatique sénégalais, les dérapages notés dans leurs contenus et publications sont regrettés par le président du *Réseau des journalistes en TIC* (Rejotic) Ismaïla Camara en ces termes : *« nous dénonçons la diffusion de contenus illicites portant atteinte à la vie privée sur les sites d'information »*[18]. Des professionnels de l'information en ligne attirent eux-mêmes l'attention sur ces dérapages, ce qui traduit leur existence effective. Caractérisée par le triptyque *« Immediacy, depth, interactivity »* (Stuart, 2006 ; p.23), l' *« online information »* comporte des capacités de

[14] M. Abossé Akue-Kpakpo, *Etude sur la connectivité internationale d'internet en Afrique subsaharienne*, Mars 2013, ITU p.14

[15] *The state of Broadband Report 2016*, Union Internationale des Télécommunications (UIT) : Indicateurs des Télécommunications/TIC, p.97

[16] Olivier Sagna. *La lutte contre la fracture numérique en Afrique : aller au-delà de l'accès aux infrastructures.* 2006, p. 15-24.

[17] https://seneweb.com.cutestat.com/ - Google pagerank

[18] Entretien CIOMAG, 3ème édition du Séminaire de formation et de partage avec les journalistes sur les secteurs régulés par l'Agence de régulation des télécommunications et de la poste (Artp). 10 février 2017 dernier à Saly

dissémination et de diffusion, notamment à travers l'hypertextualité, qui peuvent être néfastes lorsque les contenus sont illicites. Les informations non vérifiées ou fausses, les images choquantes ou contenus relatifs à la vie privée, entre autres, sont des dérives que risquent de commettre ces médias dans leur activité d'information.

Les contenus médiatiques ont jusque-là, été soumis à un contrôle de fait au Sénégal et plus largement en Afrique de l'Ouest. Ainsi *« l'émergence des autorités régulatrices des médias est particulièrement remarquable en Afrique de l'Ouest où se trouve la plus forte concentration de ces institutions. »*[19] (Samb, 2008, p.106). En effet, dès l'ouverture des environnements médiatiques dans les années 1990, le pluralisme appelait aussi à un encadrement de la part de la puissance publique. Les régimes de contrôle à priori des publications médiatiques étant révolus, des organes dotés de pouvoir consultatifs, restrictifs ou coercitifs selon le pays concerné, existent depuis au moins deux décennies. C'est le cas du *Conseil national de régulation de l'Audiovisuel* (CNRA). Les portails d'informations, qui diffusent une information en ligne avec ses caractéristiques spécifiques mentionnées supra, échappent-ils à ces instances de régulation qui, elles, étaient conçus sur la base des médias traditionnels ? Le Web serait-il un espace de moindre ou de non droit où l'information en ligne se soustrait des recadrages opérées par ces instances chargées de la régulation et de faire respecter les règles éthiques et déontologiques ?

Ces questionnements suscitent notre attention pour l'étude des formes de régulation qui peuvent être faites des portails d'information au Sénégal.

Eléments de problématisation :

L'information en ligne se révèle complexe autant par les formes qu'elle peut prendre que par les usages et pratiques sociaux qui lui sont associées. En raison de la configuration technique du Web, le musellement de cette information relève tout simplement de l'impossible. Dans le cas du Sénégal, malgré l'existence de lois sur les usages d'Internet, de magistrats spécialisés, mais, paradoxalement, d'un code de la presse qui ne prend pas encore en compte l'information en ligne, les instances de régulation ne semblent pas disposer de tous les outils, moyens et leviers qui leurs permettent de réguler efficacement les contenus diffusés en ligne. Ces derniers devraient, à l'inverse, s'autoréguler par le concours de jeux d'acteurs qui évoluent en ligne.

[19] Samb, Mamadou. (2008). Médias, pluralisme et organes de régulation en Afrique de l'Ouest. *Revue africaine des médias, 16*(2), 105-132.

Par conséquent la question centrale qui résume les éléments d'interrogations que nous avons dans le cadre de cette étude est la suivante : **Quelles sont les pratiques et stratégies de régulation et d'autorégulation de l'information diffusée par les *portails d'information* dans l'espace médiatique Sénégalais ?**

En d'autres termes, il s'agit de questionner l'effectivité de la régulation des portails d'informations au Sénégal et de saisir les éventuelles incidences de cette régulation sur l'espace public Sénégalais.

À cet effet, nous formulons deux hypothèses résultant de cette question et déterminant l'architecture de notre travail :

Dans un premier temps nous postulons *que les organes de régulation des médias disposent de mécanismes d'intervention et exercent effectivement une régulation des portails d'informations au Sénégal.* Nous comptons mettre en exergue le cadre légal, règlementaire ainsi que les statuts, missions et actions des organes de régulation afin de montrer que ceux-ci détiennent les instruments qui leur permettent de contrôler et de contraindre si nécessaire les portails d'information. Nous comptons rechercher des éléments factuels d'intervention de ces instances de régulation pour étayer éventuellement ce postulat.

En second lieu, nous faisons l'hypothèse que *la régulation des portails d'informations relève des jeux d'acteurs de l'information en ligne et d'autres composantes de l'espace public Sénégalais.* Il s'agira de démontrer qu'une dynamique d'autorégulation est en cours, en nous intéressant au rôle des professionnels de l'information en ligne, et des éditeurs en tant que tels des contenus, dans leur propre autocontrôle. Dans une perspective voisine, la particularité du *« Web collaboratif »* (Bouquillion, Matthews, 2010) qu'est la participation constante des internautes, jouerait en faveur de leur contribution à la normalisation des contenus en ligne. Cette participation devrait occasionner des négociations permanentes dans la formulation et la diffusion des contenus.

Délimitation de l'objet et objectif de la recherche :

Le présent travail de recherche s'intéressant aux formes de régulation et d'autorégulation des portails d'information au Sénégal, nécessite d'être délimité afin de poser les bornes qui permettront sa clarté.

En ce sens, la définition des termes clés de notre sujet ainsi que leur cadrage est à même de lever toute ambiguïté quant à aux éléments qu'ils désignent dans le cadre de notre objet. Voulant

travailler sur la régulation de diffuseurs d'informations en ligne, nous portons notre intérêt sur les instances et la jurisprudence initiées par les pouvoirs exécutifs ou judiciaires et ayant directement ou indirectement des visées pouvant réguler les pratiques informationnelles de ces portails d'informations. Justement, ces derniers, médias de publication d'informations en ligne, se différencient d'autres types de publications journalistiques en ligne. Précisément, ces portails *« effectuent ainsi pour l'essentiel un travail de relais des dépêches d'agences auprès de larges audiences, selon un processus assez comparable à celui observé pour les quotidiens gratuits »*[20] (Rébillard, 2006, p.p 47-48) tout en pouvant proposer des services tels que la *« mise à disposition de boîtes aux lettres électroniques ; hébergement de pages web ; fournitures d'outils de recherche ; et enfin livraison d'informations journalistiques, activité qui nous intéresse plus particulièrement ici »* (Rebillard, 2006, p.p 46-47). Nous allons nous focaliser sur les deux portails d'informations sénégalais les plus suivis selon leurs pagerank à savoir www.seneweb.com (4ème) et www.leral.net[21] (9ème) afin de déceler de potentiels dérives dans leurs pratiques informationnelles qui, elles, peuvent aussi se différencier. À propos de ces pratiques, certains se contentent d'automatiser leur insertion dans des « *cartons préformatés alors que d'autres se sentent encore détenteurs d'une certaine autonomie éditoriale* » (Rébillard, 2006, p.47). Autrement dit, certains portails peuvent se positionner comme uniquement des agrégateurs de contenus, des infomédiaires alors que d'autres créent leurs propres rédactions et publient autant des informations reprises que produites par eux-mêmes. Il s'agit des modèles anglistes et productiviste énoncés par Rébillard. Seneweb.com produit sa propre information mais reprend des informations dans une plus grande portion que Leral qui en produit plus lui-même. Par conséquent, les deux portails que nous avons choisi, se rapprochant l'un comme l'autre des deux modes de pratiques, nous permettrons d'analyser les prototypes les mieux représentés de ces sites d'information au Sénégal.

Ensuite, l'analyse des potentielles pratiques d'autorégulation des contenus diffusés par ces portails d'informations nous mènera vers les jeux d'acteurs de l'information en ligne. Ces acteurs, nous les circonscrivons autour des professionnels de l'information en ligne mais aussi des *« médianautes »*[22], *« pro-am »*[23] qui peuvent aussi contribuer dans ces *« sites web*

[20] Rébillard, F. (2006). *Du traitement de l'information à son retraitement*. *Réseaux*, (3), 29-68.

[21] alexa.com le 10 Juin 2017

[22] Terme utilisé notamment par Alain Joannes dans son ouvrage *Le journalisme à l'ère électronique* pour qualifier les internautes qui consomment des médias en ligne

[23] Développé par Flichy, P. (2010). Le sacre de l'amateur. Il désigne des pratiques des « professionnels-amateurs » renvoyant à un amateur créatif, contributeur et connaissant

collaboratifs ».

Nous avons donc analysé les pratiques des organes de régulation mais aussi des portails d'informations dans leur *« livraison d'informations »*. Pour ce faire, nous avons effectué une observation des contenus des portails durant la période allant d'Avril à Mai 2017. Ceci, dans la perspective de déceler de potentielles dérives dans leurs pratiques informationnelles. En outre, nous analysons les actions des organes de régulation à l'endroit de l'information en ligne pour voir dans quelle mesure ceux-ci interviennent. Enfin, une enquête en ligne est faite auprès des consommateurs de l'information en ligne pour voir leur implication dans la régulation de celle-ci. Pour assurer la faisabilité de notre étude, nous allons adresser notre questionnaire à des internautes afin d'assurer une meilleure atteinte de notre cible qui est connectée. Des guides d'entretiens à l'intention des membres des instances de régulation et des acteurs de l'information en ligne sont aussi élaborés. Ces acteurs constituent une artère fondamentale pour l'élucidation de notre objet.

Positionnement théorique :

L'objet de notre travail qui s'articule autour des pratiques régulatrices des portails d'information s'inscrit pleinement dans les Sciences de l'information et de la Communication avec un ancrage dans les principales conclusions, théories et modèles développés et ayant trait à notre étude.

D'abord, en ce qui concerne les organes de régulation des médias en Afrique de l'Ouest ou au Sénégal, une kyrielle de recherches scientifiques y a été consacrée depuis le début des années 2000 (Adjovi. E, 2003 ; Frère. M. S, 2007 ; Samb. M, 2008, 2013 ; De la Brosse. R, 2009 ; Kane. O, 2010 ; Tiao.B. L.A, 2015 ; Agbobli. C et Loum. N, 2016) consacrant ainsi un état de la recherche d'une certaine acuité et richesse sur cet aspect. Nous allons donc nous appuyer essentiellement sur ces penseurs des *« afriques médiatiques »*[24] (Frère, Capitant. S, 2011) pour dresser un état des lieux de la régulation dans la sous-région et au Sénégal.

Ensuite, les portails d'information sont abordés dans une approche plus large, à partir des travaux sur les *Industries de la Culture, de l'Information et de la Communication (ICIC)* qui ont émergé surtout à partir des années 1980. Ces travaux, qui s'apparentent à une certaine

[24] Capitant Sylvie, Frère Marie-Soleil, *« Les Afriques médiatiques. Introduction thématique »*. Terme utilisé par les auteurs pour qualifier les diversités et différences dans les études des médias selon les traditions francophone et anglophone. Nous l'employons pour désigner les études Africaines ou sur l'Afrique relatifs aux communications.

Economie politique de la Communication (EPC) seront une rampe de lancement afin de mieux définir et circonscrire les portails. Ces recherches, en perpétuelle construction de leur « *réfutabilité* »[25] au sens poppérien, sont l'œuvre d'auteurs pour la plupart contemporains *(Miège, 2017 ; Bouquillion, 2008 ; Tremblay, 2007 ; Moeglin, 2013 ; Rébillard, 2006 ; Smyrnaois, 2009; Cabedoche, Rébillard, Syrnaois, 2011 ; Seck-Sarr, 2017 entre autres.)*. Cette approche servira à clarifier les aspects entourant ces plateformes avant de les adapter au contexte sénégalais.

Nous allons également, dans le cadre des développements des résultats de notre étude, présenter les résultats de l'enquête sur la participation des consommateurs à l'information en ligne afin de mieux articuler les résultats de notre enquête à notre objet. D'autres recherches peuvent également être convoquées pour mener à bien notre travail.

Méthodologie :

La démarche méthodologique que nous adoptons confond une trilogie de trois instruments d'analyse et d'étude des aspects de notre objet. Après une recherche documentaire sur les aspects théoriques, la législation, ainsi que tous les actes pouvant relever de la régulation de ces portails, nous allons confronter des instruments d'enquête et d'analyse afin d'aboutir à des confirmations ou infirmations probantes des hypothèses posées.

Démarche empirique :

- *Interviews auprès des personnes en charge de la régulation :*

Dans la perspective de connaître les pratiques de régulations auxquels s'adonnent les instances en charge de cette mission, nous avons tenté d'interviewer des membres actifs des autorités de régulation afin de d'avoir des éléments de réponse par rapport à leurs missions de régulation et aux spécificités de l'information en ligne. Nous avons également tenté de faire des interviews avec un guide d'entretien distinct du premier, avec des professionnels de l'information en ligne. Deux guides d'entretiens sont donc réalisés. Un guide adressé à un professionnel de l'information en ligne et un guide d'entretien adressé à un membre du dernier organe de régulation créée qu'est la *Commission des Données personnelles* (CDP).

- *Veille et observation de contenus :*

Afin d'établir et de vérifier l'existence de véritables irrégularités et dérives dans les

[25] Devaux, Philippe., Thyssen-Rutten, Nicole., Popper, Karl. R., & Monod, Jacques. (1973). *La logique de la découverte scientifique*. Editions Payot.

pratiques informationnelles et de voir les éventuelles réactions des acteurs de la régulation, nous avons observé les activités des portails www.seneweb.com et www.leral.net précisément du 04 Avril au 15 Mai jours afin de saisir également les dynamiques d'énonciation et de diffusion de l'information. Ceci nous a permis, en outre de caractériser les informations que ces portails transmettent.

Questionnaire en ligne :

Le questionnaire en ligne destiné à entrevoir le niveau d'activité, de réaction et de participation des publics aux informations diffusées par les portails d'informations en question, est administré à 100 personnes via une plateforme d'enquête en ligne, http://evalandgo.fr/. Le fait qu'il soit administré en ligne se justifie par le fait que la cible principale de l'enquête est connectée pour avoir accès aux informations en ligne. Il serait donc mieux de mener cette étude via Internet et spécifiquement les réseaux sociaux comme Facebook où ces portails partagent l'essentiel de leurs publications. Le déroulement de la diffusion de ce questionnaire s'est fait du 30 Mars au 10 Mai 2017.

Structuration du travail :

La structuration de notre mémoire suivra deux axes principaux qui répondent parfaitement aux préoccupations que nous souhaitons prendre en charge dans le cadre de notre objet.

Dans un premier temps, nous comptons apporter des éléments de réponses provisoires à notre première hypothèse en questionnant, dans une approche diachronique, les pratiques des portails d'informations et des organes de régulation au Sénégal. Ayant avancé le postulat selon lequel *les organes de régulation des médias disposent de mécanismes d'intervention et exercent effectivement une régulation des portails d'informations au Sénégal,* nous comptons relever tous les aspects de la régulation des portails, en rapport avec les activités de ces organes régulateurs. Pour ce faire, nous commençons par un tableau panoramique des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone et au Sénégal, avant d'entreprendre un exercice de présentation des mutations médiatiques qui vont mener à l'émergence des *« portails »* auxquels nous consacrons un éclairage conceptuel.

En second lieu, nous questionnons la place des jeux d'acteurs de l'information en ligne dans la régulation des contenus diffusés par ces portails Sénégalais. Notre deuxième hypothèse, qui revient à dire que *la régulation des portails d'informations relève des jeux d'acteurs de l'information en ligne*, interpelle les professionnels des portails d'une part, et les internautes d'autre part, qui sont aussi des acteurs. Le rôle des professionnels de l'information en ligne, à

travers leurs organisations professionnelles sera en outre mis en exergue, ainsi que les modalités de participation des consommateurs de cette information.

Partie 1 : Regards croisés sur les organes de régulation et les portails d’informations en Afrique de l’Ouest

La régulation est un « *mode de fonctionnement d'une organisation ou d'un secteur d'activité ayant pour particularité d'opérer des ajustements au cas par cas, sur mesure, plutôt qu'en appliquant des règlements à portée générale. Dans le domaine de l'action publique, la régulation se distingue par conséquent aussi bien de la réglementation que du marché* »[26]. Se distinguant de la réglementation et n'obéissant pas à des lois du marché comme précisé dans cette définition d'ordre général, la régulation est souvent à l'initiative de la puissance publique. Dans le domaine de l'information-communication, la régulation est une condition sine qua non de l'assainissement des environnements médiatiques et des espaces publics. Des structures telles que le *Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA)* en France ou la *Federal Communications commission (FCC)* aux Etats-Unis renseignent sur la nécessité, même dans les pays considérés comme des démocraties avancées, de réguler l'appareil médiatique. Cette nécessité est d'autant plus pressante en Afrique de l'Ouest Francophone et au Sénégal qui sont des nations encore jeunes. Nous abordons dans le premier chapitre de cette partie l'existence, les bases, le fonctionnement, les missions, prérogatives ainsi que toute information indicative sur les organes de régulation de quelques pays de cette zone géoculturelle mais plus précisément du Sénégal (Chapitre 1).

Ces organes de régulation ne fonctionnent pas en vase clos. Aussi est-il qu'ils ont été créés et ont évolués au gré des évolutions des sphères, politiques, économiques, sociales, médiatiques des pays, d'où leur spécificité selon chaque Etat. Parallèlement, des progrès techniques intervenus à l'échelle globale, notamment avec l'Internet, entraînent de profondes mutations dans les ICIC. Nous faisons donc un historique de l'évolution de l'environnement médiatique jusqu'à l'émergence des portails d'informations qui méritent également une élucidation conceptuelle. Ceci, pour arriver à une confrontation des organes de régulation aux pratiques informationnelles des portails d'informations (Chapitre 2) dans le but de voir si *oui* ou *non* les portails se soustraient à cette régulation.

[26] Balle, Francis. (2006). *Lexique d'information communication*. Dalloz., p.373

Chapitre 1 : Analyse systémique des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone

1-1 Le poids des contextes historiques, régionaux et linguistiques sur la construction des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone

1-1-1 Contexte d'émergence des organes de régulation en Afrique de l'Ouest francophone

Les organes ou instances de régulations des médias naissent dans un contexte d'ouverture des environnements médiatiques nationaux en Afrique de l'Ouest. Trois décennies après l'accession aux indépendances des pays antérieurement colonisés par la France, un vent d'ouverture et de démocratisation souffle avec en toile de fonds, la chute du mur de Berlin et par conséquent la fin du bipolarisme. Le *« discours de la Baule »* sera un élément catalyseur dans bon nombre de pays qui feront des efforts en faveur d'une ouverture aux plans politiques et médiatiques. Ce dernier sonna comme un rappel à l'ordre et une menace pour des Etats épuisés par les *plans d'ajustement structurels* (*PAS)* et sous perfusion financière, qui, ne se conformant pas aux règles du jeu, pourraient perdre l'*Aide Publique au Développement* (APD) à laquelle ils bénéficiaient. En outre, les manifestations des citoyens, l'effervescence des mouvements étudiants et d'autres corporations protestataires faisant vaciller des régimes jusque-là dictatoriaux ou autocratiques vont conduire à la convocation de conférences nationales qui déboucheront toutes vers des régimes plus flexibles et certaines fois *« démocratiques»*.

Dans cette perspective d'ouverture, bon nombre de pays vont également ouvrir leur sphère médiatique, permettant à des organismes privés de prospérer. Cependant, cette ouverture peut être interprétée soit comme *« recul de l'interventionnisme classique de l'Etat ou simple camouflage (...) »* (Loum, Agbobli, 2006). Les Etats créent, avec des architectures différentes, des instances de régulation pour accompagner le pluralisme médiatique et en limiter les potentielles dérives en apparence. Les questions suivantes se posent donc, justifiant la nécessité de ces instances : *« Comment encadrer juridiquement ce secteur afin de protéger les auditeurs et les téléspectateurs contre les groupes de pression politiques, économiques et religieux ? Comment assurer l'accès équitable des partis politiques, des organisations non gouvernementales et des citoyens aux médias d'État ? Bref, comment organiser et gérer la libéralisation de l'espace audiovisuel ? »* (Samb, 2008, p.106). Seulement, parlant du fonds, *« à l'analyse, il apparaît même que la façon dont les instances de régulation interne sont gérées*

est sérieusement affectée par la conception néopatrimoniale des autorités étatiques soucieuses de placer à la tête des administrations dites autonomes des personnes plus complaisantes avec le pouvoir que désireuses de manifester une quelconque indépendance.» (Loum, Agbobli, 2016, p.36). Les instances de régulations sont donc nées dans des contextes de nécessité d'ouverture médiatiques pour ces Etats, mus en même temps par une volonté de garder une certaine autorité sur les médias par l'entremise de la régulation. Ce qui caractérise le plus les instances des régulations en dépit de leur caractère disparate en termes d'organisation et de disposition, c'est surtout leur *« désaffection quasi commune »* en prérogatives d'action et de coercition mais aussi *« la méfiance originelle des régulés »*[27] (Tiao, 2015, p.127). Ils vont par la suite évoluer, au gré des trajectoires empruntées par leurs différents pays, concernant surtout leurs régimes politiques.

En empruntant les exemples de quelques pays comme le Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Bénin et le Togo où les environnements peuvent paraître contrastifs d'un côté où assemblables de l'autre, nous comptons mettre en exergue les aspects d'ordre juridique, structurels, économiques ou factuels qui déterminent les grandes tendances en cours au sein de ces organes de régulation.

1-1-2 Caractéristiques communes des cadres de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone (Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Bénin et le Togo)

Les organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone disposent de statuts juridiques à peu près semblables. Consacrés par la loi, c'est-à-dire par adoption par le pouvoir législatif de dispositions relatifs à leur création, à l'instar de la loi organique N° 92-021 du 21 Aout 1992 sur la HAAC au Bénin qui est par ailleurs un des pays les plus respectés en termes de régulation et de démocratie, les organes de régulation partagent le statut d'*Autorités administratives indépendantes (AAI)*. Les *AAI* sont théoriquement des autorités aux sens organiques et fonctionnels. Elles sont censées, en tant qu'autorités, prendre ou influencer des décisions, *« assument la responsabilité des conséquences dommageables que leurs actes peuvent produire, et relèvent du pouvoir exécutif qui leur assure les moyens de fonctionnement financiers, humains et matériels. »*[28] Les AAI *« élaborent eux-mêmes les règles d'organisation et de fonctionnement qui leur sont applicables »* mais *« sont soustraites de toute subordination*

[27] Tiao, Beyon-Luc Adolphe (2015). *Régulation des médias d'Afrique francophone : cas du Burkina Faso* (Doctoral dissertation, Université Michel de Montaigne-Bordeaux III).

[28]

puisqu'elles ne s'insèrent pas dans la structure hiérarchique de l'Administration. »[29], d'où leur indépendance. Dans une logique quasi traditionnelle et usuelle, les organes de régulation se créent avec ce statut qui devrait garantir leur totale indépendance à l'égard de potentielles injonctions de la puissance publique. Néanmoins, ce statut qui énonce un principe d'indépendance et d'autonomie, se trouve mis en cause par le fait que dans tous ces pays, l'exécutif se réserve le droit de nommer tout ou une grande partie des membres des instances de régulation. Cet état de fait conduit, selon le mandat ou la révocabilité, à des différences de degrés d'indépendance.

En outre de ce statut juridique, la dimension des moyens techniques, humains et financiers des organes de régulation traditionnels des médias en Afrique de l'Ouest Francophone constitue une préoccupation principale. Par exemple, au plan financier *« la HAAC du Bénin et dans une moindre mesure le CSC du Burkina Faso. »*[30] (Tiao, 2015, p.131) sont cités comme exemples d'instances évoluant vers une autonomie financière même si *« les montants encore modestes des budgets à elle octroyés limitent la HAAC dans ses actions »*[31] (Adjovi , 2003, p.73). Samb le souligne bien en citant les cas du Conseil supérieur de la Communication du Burkina qui dispose *« d'une autonomie de gestion (art.32) » (…) mais « souffre également des lenteurs dans les procédures de décaissement des crédits alloués (Rapport public 2001) et du Haut conseil de l'audiovisuel devenu Conseil national de régulation de l'audiovisuel au Sénégal » pour qui, selon Mame less Camara, « L'argent nécessaire à recruter des personnes chargées d'écouter les médias sous tutelle et à enregistrer éventuellement certaines émissions fait défaut. »*[32] (Samb, 2008, p.123). Il s'ensuit que les aspects d'ordre technique relevant des cahiers de charges et normes techniques à respecter se trouvent aussi en butte à ces insuffisances. À propos du Bénin, Adjovi souligne que *« les faiblesses et le manque de rigueur constatés au niveau du contrôle des normes techniques peuvent également être observés au niveau du suivi de l'utilisation des spectres »* (Adjovi, 2003, p.130) en 2003 alors qu'aujourd'hui, la Télévision numérique terrestre est en phase d'adoption. Ces difficultés quant à leur activité de régulation sont partagées.

Les organes de régulation partagent également une certaine méfiance des médias privés et une

---

[29] De La Brosse, Renaud, *Les organes de régulation des Média en Afrique de l'Ouest : Etat des lieux et perspectives* p.13

[30] Tiao, Beyon Luc-Adolphe (2015).*op.cit, p.131*

[31]Adjovi, Eric. (2003). *Les instances de régulation des médias en Afrique de l'Ouest: le cas du Bénin*. KARTHALA Editions.

[32] Samb, Mamadou (2008). Op.cit, p.123

indifférence des médias publics, qui se transforment souvent en médias gouvernementaux notamment lors des périodes électorales.

Ces régulations médiatiques plus ponctuelles que continuelles c'est-à-dire lors des élections où ils peuvent surveiller l'équité des temps d'antenne des candidats par exemple est la pratique la plus courante. Loum et Agbobli (2016) le comprennent assez bien dans leur analyse comparative des organes de régulation du Sénégal et du Togo en se focalisant sur les périodes d'élections présidentielles en 2012 et en 2015 dans ces deux pays. De plus, si l'on s'intéresse à des pays comme le Sénégal où les membres de l'organe de régulation de l'audiovisuel ne sont pas permanents, on peut sérieusement se poser des questions sur l'effectivité du contrôle des médias. En outre, les manquements relatifs au « *déséquilibre persistant* » sur le plan informationnel dénoncés à propos de la Radiodiffusion télévision Sénégalaise par le CNRA sont tombés dans l'oreille de sourds au Sénégal. Ceci démontre l'impuissance des organes de régulation notamment concernant les dérapages des « médias de service public ».

Un autre facteur commun aux pratiques de régulation de l'information en Afrique de l'Ouest Francophone est l'émiettement des structures en charge de la régulation. Nous notons aussi bien l'existence des organes de régulation de l'audiovisuel comme le *Conseil national de la communication audiovisuelle* (CNCA) en Côte d'Ivoire et d'organes uniquement dédiés à la presse comme le conseil national de presse du même pays. En ce qui concerne la presse, la majorité des pays de l'Afrique de l'Ouest Francophone ne disposent pas d'organes proprement dits de régulation de celle-ci ; ses dérives étant gérées par les dispositions des codes pénaux et de la presse ainsi que par les tribunaux des pairs. Il existe, en outre, des organes qui s'occupent de l'attribution et de la gestion des fréquences tels que *l'Autorité Transitoire de Régulation des Postes et Télécommunications* (ATRPT) au Bénin. Cette différence entre organes de régulation de l'audiovisuel, autorités de régulation des télécommunications et/ou postes et même quelquefois conseils de régulation de la presse, traduisent le retard de ces pays dans la prise en compte de la convergence technologique et médiatique qui confond tous ces éléments à la fois. Le retard de la régulation en ce qui concerne la convergence technologique et médiatique est donc l'une des caractéristiques majeures partagées en Afrique de l'Ouest Francophone.

1-1-3 Eléments contrastifs des pratiques de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone (Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Bénin et le Togo)

Les organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone ne font pas que partager les mêmes configurations et maux généraux. Dans chaque cadre national, existe des spécificités

qui expriment les différences entre les nomenclatures de régulation. Plusieurs points peuvent être soulevés comme éléments de distinction.

Dans un premier temps, c'est au niveau de leur fonctionnement que se trouvent de profonds contrastes. Si, pour la *HAAC*, les 9 membres sont nommés proportionnellement par le président de la république, le président de l'assemblée nationale et les journalistes et techniciens de l'audiovisuel (3 chacun), les neufs membres du *CNRA* eux, sont tous nommés par le président de la république au Sénégal. Dans le même ordre d'idées, si les membres de la *Haute autorité de la communication audiovisuelle* et le Conseil supérieur de la Communication (Côte d'Ivoire) ont une composition assez représentative, les uns (HACA) ont un mandat de 6 ans non renouvelable alors que les autres (CSC) disposent d'un mandat de 3 ans renouvelables une fois. *« La possibilité de renouvellement du mandat peut fragiliser l'indépendance des conseillers des dits organes, surtout lorsque la fréquence du renouvellement est rapprochée. »*[33] (Samb, 2008, p.122). Par conséquent, la HAAC du Bénin semble plus indépendante que le CSC dans l'accomplissement de ses missions.

Le caractère permanent des membres des structures en charge de la régulation est un facteur clé d'analyse de leurs performances mais aussi et surtout de différence. Au Togo, les membres de la HAAC sont permanents et n'exercent pas de fonctions incompatibles avec leur fonction dans la haute autorité alors qu'au Sénégal, les membres du CNRA ne sont pas permanents. Le constat est que beaucoup de choses échappent aux membres du CNRA qui, par ailleurs, sont dans d'autres fonctions qui peuvent laisser penser à une incompatibilité, s'agissant surtout des journalistes.

L'irrévocabilité, aussi gage d'indépendance, ne s'applique pas dans tous les pays. Si leur mandat est irrévocable aU Togo, les régulateurs *« peuvent être révoqués en cas de faute pénale, de faute administrative lourde ou d'insuffisance professionnelle grave »*[34] au Burkina. (Samb, 2008, p.122)

Un autre trait distinctif et crucial des organes de régulation peut se trouver dans la nomenclature régulatrice elle-même. Par exemple la HAAC concentre entre ses mains de grands pouvoirs qui vont de l'audiovisuel à la presse et s'est longtemps chargé de l'attribution des fréquences. D'ailleurs, elle peut retirer les fréquences des médias sous le coup d'une sanction. Dans

[33] Samb, Mamadou. 2008, op.cit. p.122

[34] Samb, Mamadou. 2008, p.122

plusieurs autres pays, les organes de régulation interviennent par publications, communiqués, rapports et menaces, sans que l'exécution des sanctions ne soit effective, surtout quand elles ne sont pas dans l'intérêt du pouvoir exécutif. Les instances de régulation se distinguent donc par leurs pouvoirs, qui peuvent relever d'avis purement consultatifs pour certains et décisionnels pour d'autres. À ce propos R. De la Brosse signale que *« le rôle de l'exécutif »*, le rôle du *« législatif »*, *« les garanties apportées par le pouvoir judiciaire » mais aussi la confiance « des partenaires naturels »*[35] (2013) des régulateurs que sont les médias, constituent des éléments fondamentaux de leur présence et capacités d'action. Comme nous pouvons aisément le constater, les niveaux de démocratie et de séparation des pouvoirs sont spécifiques à chacun de ces pays.

Ces pays sont en outre régis par les mêmes réglementations internationales pour ce qui concerne les télécommunications, notamment à travers l'*UIT*. Cependant, l'application de ces réglementations diffère aussi. Si au Togo on a assisté à un Plan national d'attribution des fréquences instauré par décret, dans des pays comme le Sénégal, l'Autorité de Régulation des Télécommunications et postes a pris l'initiative même si elle est accusée par des aspirants aux fréquences d'être à la solde du pouvoir en place.

Comme nous pouvons le constater, des différences existent entre les organes de régulation selon leurs contextes nationaux ainsi que les orientations que prennent leurs Etats. Si ces organes partagent un certain nombre de caractéristiques relevant surtout d'ordre principiels, et factuels quelquefois, il reste que leur niveau d'avancement et de démarcation de l'emprise du pouvoir politique constitue leur grande point contrastif. Réunis autour d'associations supranationales telles que le Réseau francophone des régulateurs des médias (*REFRAM*) ou encore de la Plateforme des régulateurs de l'audiovisuel des pays membres de l'*UEMOA* et de la Guinée ces organes essaient cependant de conjuguer leurs efforts et de mettre en convergence leurs pratiques. Parmi les grands défis, la Télévision Numérique Terrestre dont l'*UIT* avait fixé son effectivité en 2015 mais aussi, dans un cadre plus large, la convergence technique et médiatique qui appelle à des transformations structurelles des architectures régulatrices nationales. *« En somme, l'une des préoccupations les plus importantes en matière de régulation des nouveaux médias est celle de la capacité des instances africaines à prendre en compte les défis issus de la convergence des technologies pour rejoindre la convergence juridique qui*

[35] De la Brosse, Renaud. (2013). *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*. Primento.

permettrait aux différents acteurs du secteur de disposer d'une réglementation homogène. »[36] (Kone, 2016, p.46) Cette idée est encouragée et le Secrétaire Général Adjoint de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (*HAAC*) du Bénin pour qui *« l'affrontement des paradigmes brandi par certains auteurs ne paraît pas suffisant pour justifier la frilosité à l'égard d'une convergence institutionnelle qui peut être la bonne approche face au cloisonnement institutionnel » (entretien Cotonou, Décembre 2015 réalisé par Kone)»*[37] *(*Kone, Octobre 2016, *p.46).*

Nous retenons que les organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone partagent un ensemble de points, relatifs à leurs difficultés et entraves à leur bon fonctionnement, mais consubstantiellement liés aux configurations étatiques ainsi qu'au *« néo-patrimonialisme »* (Médard, 1991 cité par Loum et Agbobli, 2016). Par exemple, s'ils sont tous des *« quasi juridiction »* (Samb, Diouf, 1999) ces *AAI* sur le papier ne disposent pas des mêmes pouvoirs dans la réalité. Dans un autre ordre d'idée, l'illustration des avancées démocratiques du Bénin qui est l'une des références en Afrique, se traduit par l'indépendance et les pouvoirs de son autorité de régulation qui est sans doute la plus avancée en Afrique de l'Ouest Francophone. Ce tableau général des instances de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone dressé, intéressons-nous maintenant au Sénégal qui est le cadre précis de notre étude. Quels sont les organes de régulation reconnus comme tels par l'Etat au Sénégal ? Comment s'organise cette régulation ? Entre autres questions auxquelles le deuxième point de ce chapitre apporte une lumière afin de camper le décor de la régulation au Sénégal.

1-2 Sénégal : un environnement de la régulation des Communications encore morcelé :

1-2-1 Le Conseil National de régulation de l'Audiovisuel (CNRA ex HCA) : une Autorité Administrative pas si indépendante

De sa précédente appellation qu'est le Haut Conseil de l'Audiovisuel (*HCA*), le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (*CNRA*) a été créé sous sa première forme le 25 mai 1991 par le décret n° 91-537. Ayant pour nom à l'époque le Haut Conseil de la Radio-Télévision (*HCRT*), l'organe change de statut juridique avec la loi n°92-57 du 3 septembre 1992 votée par l'assemblée nationale. C'est ensuite en 1998 que sa dénomination va changer pour intégrer le terme *« audiovisuel »* à la place de radio-télédiffusion. La loi n°9809 consacre ainsi la création

[36] Kone. Tahirou, *De la question de l' (auto)régulation des nouveaux médias en Afrique de l'Ouest francophone*, Octobre 2016.

[37] Kone. Tahirou, Octobre 2016, p.46

du Haut Conseil de l'Audiovisuel qui deviendra le *CNRA* dès 2005. Autorité administrative indépendante, le CNRA est composé de 9 membres tous nommés par le président de la république. Traditionnellement, *« le Président du HCA est choisi par le Président de la République sur une liste de trois noms que lui propose le président du Conseil Constitutionnel»* et cette fonction était très souvent assumée par un magistrat. La dernière nomination de l'actuel président de l'organe, M. Babacar Touré, issu du monde des médias, est perçue comme une avancée notoire dans la vie de l'organisation et sa crédibilité auprès de ses *« partenaires naturels »* (Tiao, 2016). En effet, dès 2005-2006 la loi 2006-04 du 4 janvier 2006, des *« attributions jugées plus larges par les autorités »* (Loum, Agbobli, 2016, p.p. 40-41) sont attribués à la nouvelle *CNRA* mais au grand dam du Syndicat des professionnels de l'information et de la communication sociale (*SYNPICS*) qui *« n'y avait aucun représentant et n'avait pas manqué de dénoncer cette situation qu'il jugeait préjudiciable pour le secteur de l'audiovisuel.»* (Loum, Agbobli, ibidem, p.41).

Aujourd'hui le CNRA est composée des membres avec les profils suivants :

- *Un Président de l'Institution ;*
- *Un membre issu du milieu des lettres ;*
- *Un membre issu de la communauté universitaire ;*
- *Un membre issu des mouvements des droits de l'homme*
- *Un membre issu du milieu des professionnels de la communication ;*
- *Un membre issu des personnes du Troisième Âge ;*
- *Un membre issu du milieu des Arts ;*
- *Un membre issu des mouvements des associations féminines ;*
- *Un membre issu des associations de personnes du Troisième Âge*
- *Un représentant de la jeunesse.*[38]

Avec un mandat de 6 ans non renouvelable, le *CNRA* pose un véritable problème quand on sait que ses membres sont non permanents et occupent d'autres fonctions ailleurs. *« Ils se rencontrent une ou deux fois par semaine, sauf pendant les périodes d'élection où ils doivent se réunir tous les jours. Chaque membre conserve ses fonctions antérieures. Le HCA demeure donc une activité résiduelle pour ces derniers »*, nous dit Samb (2008, p.109).

[38] http://www.cnra.sn/do/presentation/

Pour ce qui est de ses attributions, le *CNRA* doit contrôler et surveiller tous les médias audiovisuels sénégalais ou étrangers résidant au Sénégal sans réel pouvoir de sanctionner directement les médias en cause sans recours à l'exécutif. En ce qui concerne l'observation et la dénonciation des violations des règles édictées, le *CNRA* s'appuie sur le cahier de charges applicable au titulaire, l'autorisation de diffusion de programmes des télévisions privées de droit sénégalais et le cahier de charges applicable aux radios communautaires. Il se base aussi sur la *loi n° 83.20 du 28 janvier 1983* relative à la publicité ainsi que la loi portant sa création pour la contrôler et la réguler.

Ces dernières années, le *CNRA* s'est montré particulièrement proactif en termes de force de propositions et d'avis sur l'environnement médiatique. L'organe publie trimestriellement des avis mais aussi des rapports annuels et des communiqués ponctuels à chaque fois qu'elle se saisit d'irrégularités. Le *CNRA* se montre particulièrement impliqué dans l'organisation de la couverture médiatique équitable des candidats aux joutes électorales. À titre illustratif, nous avons les campagnes présidentielles et législatives de 2012 où elle a contrôlé le respect de l'équité entre les candidats, notamment au niveau du média de service public qu'est la *Radiodiffusion Télévision sénégalaise* (RTS) ; à qui elle ne pourra pas empêcher la diffusion à répétition d'images de propagandes pour le parti au pouvoir, entre le premier et le second tour. Ceci démontre que malgré son rôle important, le *CNRA* est souvent ignoré dans ses tentatives de normalisation la sphère médiatique quand celle-ci est à l'encontre du pouvoir en place. Cette donne est confirmée par le fait que tous ses membres soient nommés par le président de la république.

En plus de la nomination de ses membres par le président de la république, de ses difficultés à être audible auprès des médias publics et de sa non compétence à attribuer ou retirer des fréquences, son *« budget trop modeste »* (Samb, 2008, p.111), le *CNRA* souffre encore d'un manque de légitimité et de crédibilité auprès d'une partie des médias privés. Les récentes sommations adressées aux médias tels que *« le groupe Walfadjri »* avec l'invocation de l'article 9 de la *loi 2006-04 du 04 Janvier 2006*, aux termes duquel il est obligé aux *« titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels, dans le traitement de l'information, à respecter les règles d'éthique et de déontologie dans la programmation des différents médias et les institutions de la république »* poussent ces acteurs des médias privés à penser que l'organe est instrumentalisée. Des *« attaques outrancières »* à l'encontre des institutions de la république que sont le président de la république et le président de l'assemblée nationale ont, en effet, été dénoncées dans un communiqué du 13 Mars 2017.

On se rend donc compte que le CNRA se trouve entre le marteau du pouvoir politique et l'enclume des professionnels des médias. Il devient cependant, malgré ces biais à son action, incontournable dans la surveillance du spectre audiovisuel Sénégalais. Il n'est pas le seul acteur à graviter autour de la régulation des communications au Sénégal. Nous avons aussi l'Agence de régulation des Télécommunication et des Postes qui joue aussi un rôle dans l'environnement médiatique Sénégalais.

1-2-2 Les fréquences : chasse gardée de l'Agence de régulation des Télécommunications et des postes (ARTP)

L'*Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes* (ARTP) est elle aussi une *autorité administrative indépendante* qui évolue cette fois dans les secteurs des télécommunications et des postes. Disposant d'une autonomie financière et de gestion, elle dispose en outre de ses différentes directions et de son directeur, d'un comité consultatif qui décide de certaines de ses orientations. Consacrée par la loi n°2011-01 du 24 février 2011, l'ARTP a comme les missions :

- *Mission d'ordre général (application de la règlementation, conseil, avis et propositions de textes législatifs et réglementaires)*
- *Veiller au respect des règles d'une concurrence saine et loyale ;*
- *Assurer le suivi des cahiers des charges des opérateurs ;*
- *Assurer le respect d'une interconnexion équitable entre les opérateurs ;*
- *Assurer la gestion et le contrôle des ressources rares (fréquences et numéros) ;*
- *Mettre en place les outils régulateurs (approbation des offres techniques et tarifaires du dégroupage, définir les modalités d'application de la sélection du transporteur, veiller à la définition et la mise en œuvre des conditions et modalités de la portabilité des numéros) ;*
- *Encadrer les tarifs des opérateurs puissants ;*
- *Coordonner la mise en œuvre de la politique de développement du service/accès universel ;*
- *Accorder les autorisations et veiller à l'application de la réglementation, de l'enregistrement et de la gestion des noms de domaine et mettre en place un mécanisme de gestion approprié ;*
- *Participer à la représentation du Sénégal aux réunions organisées par les organisations internationales lorsque sont examinées des questions relevant de ses missions.*[39]

[39] http://www.artpsenegal.net/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=108

L'ARTP dispose d'attributions consultatives et informatives mais fait autorité pour tout ce qui concerne les marchés des télécommunications, des postes, de la téléphonie, bref des *« communications électroniques »* (groupe nominal qui par ailleurs, dans des pays comme la France ou le Togo, a remplacé le mot *« télécommunications »).* Bref, l'ARTP se charge de réguler les TICs qui se répartissent *« en deux catégories : les infrastructures de l'information et de la communication (IIC) (systèmes et réseaux physiques de télécommunication) et les technologies de l'information (TI) (matériels et logiciels). »* (Kane, Agbobli, 2015, p.2).

En ce qui concerne ses prérogatives, elles s'articulent essentiellement autour de cinq points :

- Régler les litiges entre les opérateurs des secteurs régulés, d'une part et, d'autre part, entre les opérateurs et les consommateurs, d'autre part ;
- Sanctionner les manquements des opérateurs au regard des lois et règlements, de leurs conventions de concession et cahiers des charges ;
- Rechercher et constater les infractions au Code des Télécommunications et au Code des Postes ;
- Exiger la modification des clauses abusives des contrats des opérateurs ;
- Le cas échéant, astreindre financièrement les opérateurs.[40]

Si *« la régulation a tenté de s'adapter au phénomène de convergence qui affecte les industries, les équipements et de plus en plus les contenus dans le domaine des télécommunications et du contenu des médias »* (Kane, Agbobli, 2015, p.1), l'ARTP elle, ne s'occupe pas des éléments relatifs au contenu des médias a priori. Elle peut cependant être saisie par le CNRA pour retirer une fréquence ou brouiller une chaîne de télévision. L'ARTP se limite plus aux logiques de marché et aux aspects techniques des cahiers des charges de médias ou d'entreprises de télécommunications adjudicataires des fréquences ou de concessions. Seulement, elle ne prend donc pas entièrement en charge la convergence qui induit une mutualisation des instances régulatrices pour une plus grande efficacité. Il est *« impérieux de migrer résolument vers la fusion des régulateurs des médias (CSC), des communications électroniques (ARCEP) et de la protection des données à caractère personnel (CIL) »* nous dit Kaboré[41] (Kaboré, 2016, p. 45) à propos du Burkina. Mais cette nécessité s'applique sans doute à tous les pays n'ayant pas encore opérée ce pas vers la convergence qui, de plus, *« se superpose à une préoccupation déjà ancienne relative à la nécessité de réduire la fracture numérique »* (Kane, Agbobli, 2015, p.5).

[40] ibidem

[41] Kaboré cité par Kone. Tahirou, *L'hétéro-régulation des médias au Burkina Faso (1995-2013) : facteurs d'influence et défis technologiques,* p.263.

Nous le voyons donc clairement, l'ARTP ne répond pas encore aux exigences de la convergence qu'appellent les enjeux du numérique pour l'Afrique.

1-2-3 La Commission des données personnelles (CDP) : une commission encore timide

La *Commission des Données personnelles* a été créée par la loi n° 2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la protection des données à caractère personnel. Le second chapitre de cette dite loi, fait état de la création d'une commission des données personnelles. Cette loi, répartit la composition de cette commission comme suit : *«*

1) trois (3) personnalités désignées par le Président de la République ;

2) un (1) député désigné par le Président de l'Assemblée nationale ;

3) un (1) sénateur désigné par le Président du Sénat ;

4) un (1) représentant des organisations patronales désigné par le Ministre chargé des organisations professionnelles, sous réserve des dispositions de l'article 9 de la présente loi ;

5) un magistrat membre du Conseil d'Etat désigné sur proposition du Président du Conseil d'Etat ;

6) un magistrat membre de la Cour de Cassation désigné sur proposition du Premier Président de la Cour de Cassation ;

7) un avocat désigné par le Bâtonnier de l'Ordre des avocats du Sénégal ;

8) un représentant des organisations de défense des droits de l'homme désigné par le Ministre de la Justice, Garde des sceaux, sur proposition du Haut-Commissariat aux droits de l'Homme et à la Promotion de la Paix ;

9) le Directeur de l'Agence De l'Informatique de l'Etat (ADIE) ;

Les membres de la Commission des Données Personnelles sont nommés par décret. » Cette commission se caractérise surtout, par sa composition, par l'inexistence de membres issus du monde des médias ou du numérique. Composée par une majorité des juristes, de personnes issus du patronat ou encore du monde politique, ses membres sont *« choisis en raison de leur compétence juridique et/ou technique.»*[42], alors que seul le Directeur de *l'Agence de développement de l'Informatique de l'Etat* (*ADIE*) est censé avoir une connaissance profonde

[42] http://www.cdp.sn/content/pr%C3%A9sentation

de l'environnement numérique parmi ceux-ci. Ensuite, leur mandat de 4 ans renouvelables une seule fois est sans doute un paramètre qui entame encore une fois l'intégrité de ses membres.

Ses missions tournent autour d'une trilogie :

- Une mission de veille, de sensibilisation, de conseils et de propositions ;
- Une mission d'instruction des dossiers (notamment en ce qui concerne les autorisations de traitement les données personnelles mais aussi les plaintes et réclamations) ;
- Une mission de contrôle et d'investigation (peut informer le procureur de la république, prononcer des sanctions).

En session plénière, la *CDP* prononce des avertissements et des mises en demeure très souvent à l'endroit de structures évoluant dans le secteur de numérique. Elle est en réalité la structure de *« régulation »* qui s'intéresse le mieux au numérique et à l'information en ligne vu que les données personnelles ou encore la cybercriminalité sont ses domaines de prédilection.

En effet, à travers ses communiqués concernant la *« prudence sur les réseaux sociaux »* du 26 Août 2016 et d'un autre en date du 27 Janvier 2017 *« suite aux publications de photos, de vidéos et d'enregistrements audio sur les réseaux sociaux et les sites d'information en ligne »*, des dérapages concernant la publication d'images jugées obscènes, la *CDP* s'impose comme la structure s'intéressant aux dérives notées dans la diffusion des informations en ligne. Ces communiqués évoquent notamment des dispositions des lois de 2008 sur les données personnelles et la cybercriminalité ainsi qu'aux peines prononcées ou encourues par les déviants. La *CDP*, ne peut, elle-même entreprendre une action quelconque contre un portail ou un site qui s'adonne à des dérives. Une des membres de la *CDP*, juriste et membre de la direction des affaires juridiques et de la coopération que nous avons interviewé déclare : *« La CDP ne peut s'autosaisir pour attaquer un portail d'information. C'est à la victime de se rapprocher de l'institution pour que l'on puisse transférer son dossier au procureur puisque nous travaillons en étroite collaboration avec les juridictions compétentes. »* (Entretien, le 26-04-2017). Elle ajoute cependant que la *CDP* reste en substance en coopération avec les autres organes comme l'*ARTP* qui leur envoie des demandes d'avis nous dit-elle en substance. La *CDP* reste donc dans un cadre d'alerte, de communication sur les dérives mais aussi de sensibilisation. Elle l'explique en ces termes : *« Nous avons mis en place des stratégies de communications pour mieux nous faire connaître. C'est dans sillage que nous avons sillonné certains lycées en vue d'apprendre aux jeunes les mesures à adopter pour préserver ses données à caractère personnel. Et nous avons créé également des manuels d'enseignements de*

l'utilisation des TICS pour les tout-petits. » (Ibidem). La *CDP* semble donc être plus orientée vers l'alerte et la sensibilisation que dans la prise de mesures en tant que telles contre les dérives.

1-2-4 Médiamorphoses rapides pour une régulation en construction

Les industries culturelles sénégalaises de manière générale et les médias en particulier ont connu une évolution en courbe tendancielle tributaire des contingences d'ordre politique, économique et sociale. Abritant l'ancienne capitale de l'*AOF*, le Sénégal a été très vite un pôle de transmission d'informations à des fins d'administrations des territoires francophones. L'intelligentsia sénégalais va très vite se saisir de cette opportunité avec en appoint la loi française de 1881 sur la liberté de la presse dont bénéficient une partie de l'élite qui dispose d'un statut de citoyen. Dès les années 1900, des parutions telles que *Le Réveil du Sénégal*, *Le Petit Sénégalais* ou encore *La démocratie du Sénégal* qui, souvent pouvaient servir les intérêts des députés ou aspirants à siéger à l'assemblée nationale française pour le Sénégal. Les autres parutions telles qu'Echos *d'Afrique Noire* étaient aussi des journaux de missionnaires, qui rendaient compte de l'actualité de colonies et faisaient en même temps une propagande sur les bienfaits de la colonisation. C'est après la seconde guerre mondiale où l'autorité française est contestée et remise en cause que les mouvements indépendantistes s'activent. La presse prend ainsi une dimension engagée au service de la cause de la liberté des colonies. *La Condition humaine*, créée en 1948 par le futur président Léopold Sédar Senghor mais aussi *Paris Dakar* sont les deux publications qui s'imposent entre la fin de la seconde guerre mondiale et 1960 qui marque l'accession à l'indépendance du Sénégal. La première (*La condition humaine*) est un moyen important du dispositif de communication de Senghor et de son cercle à un moment d'effervescence des mouvements indépendantistes sénégalais. La seconde (Paris Dakar), est créée en 1961 après l'accession à l'indépendance, puis *Le Soleil* une dizaine d'années après. La presse écrite ne sera ouverte au privé que deux décennies après l'indépendance au Sénégal, à la faveur du Président Diouf qui entreprend une ouverture démocratique bien avant ses homologues africains, en instaurant le multipartisme intégral. Cette ouverture démocratique sera l'élément catalyseur du pluralisme de la presse. De plus, le mode de contrôle a priori de la presse est allégé, même si l'épée de Damoclès plane encore sur elle concernant les délits de diffamation ou encore d'offense à l'autorité. Cette presse écrite nationale qui naît symboliquement après l'accession à l'indépendance avec *Dakar Matin*, successeur de *Paris Dakar* (qui existait depuis 1933), aura pris plus de deux plusieurs décennies pour atteindre le stade de pluralisme des acteurs et des contenus véritable. En effet, un titre comme *Dakar Matin* perpétuait les mêmes pratiques que *Paris Dakar* et l'organisation du contrôle était encore la même avant et après 1960. Elle ne change qu'à partir des années 1980. Nous situant donc dans

l'horizon du début du siècle avec les parutions citées plus haut, nous soutenons que la presse écrite sénégalaise a existé pendant au moins soixante ans avant de connaître un début de pluralisme. C'est au début des années 1980 que *Takusaan* (1983), *WalFadjri* (1984) ou encore *Sud Magazine* (1986) émergent en tant que journaux du privé. Seulement, cette presse privée écrite est en proie à d'énormes difficultés économiques (Faye, 2008) et peine à survivre. Ce qui d'ailleurs la pousse très vite à développer des stratégies de diversification[43], notamment vers l'audiovisuel plus tard (Perret, 2005, p.99).

L'audiovisuel lui, prend la moitié de ce temps pour arriver à son pluralisme. Héritière de *Radio Dakar* qui dès 1950 diffusait huit heures par jour, ensuite scindée en deux radio l'année suivante (*Dakar Inter* et *Dakar Afrique*) pour desservir l'Afrique de l'Ouest en programmes, la Radio Sénégal naît en 1960 avec la dislocation de la *Fédération du Mali*[44]. Une chaîne nationale et une autre internationale assurent alors le service. Trois années plus tard, grâce à une assistance de l'*UNESCO*, l'État sénégalais essaie de mettre en place une télévision en projet pilote afin d'utiliser ce support audiovisuel à des fins de communication et de formation civique et pédagogique des populations, d'éducation, d'alphabétisme, de promotion culturelle, de conseils hygiéniques, sanitaires et diététiques bref de construction d'une nation Sénégalais. De manière discontinue et avec des difficultés d'ordre technique, la télévision émet de 1965 à 1972 sous un format de phase test plutôt que de constitution effective. En 1972, ce sont les *Jeux Olympiques de Munich*, événement phare qui vont être un élément déclencheur de la volonté politique de mettre en place un organisme audiovisuel viable avec des programmes continus aussi bien en radio qu'en télévision. Un effort considérable de la puissance publique alors en proie à une crise économique profonde conduit cependant à créer un organe chapotant la radio et la télévision donc l'audiovisuel public sénégalais. Ainsi, l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (*ORTS*) est créée par *la loi 73-51 du 04 Décembre 1973*. Premier organe de l'audiovisuel sénégalais, l'*ORTS* garde le monopole de la filière pendant presque trente ans. Si c'est à partir des années soixante que ces organes audiovisuels émergent et c'est plus tard, vers les années 1990 que les premières radios non étatiques sont autorisées à émettre. Ceci, s'inscrivant toujours dans la perspective d'ouverture démocratique engagée par le président Abdou DIOUF dès les années 1980. C'est le passage d'Établissement Public à caractère administratif à celui de

[43] Perret, Thierry. *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone.* Karthala: Paris, 2005. p.99

[44] Fédération du Mali : réunissant le Sénégal et le Mali dans une fédération lors de leur prise d'indépendance. La fédération dura quelques mois avant d'imploser et avant que le Sénégal et le Mali, en tant qu'États indépendants, vivent chacun de son côté

Société Nationale qui marque cette volonté d'ouverture au privé. La l*oi n° 92-02 du 6 janvier 1992* consacre la création de la *Société nationale de radiodiffusion télévision sénégalaise* (RTS) en substitution de l'*ORTS*. De plus, la *RTS* attribue des fréquences à des acteurs du privé, existant déjà dans la presse écrite, pour l'ouverture de leur radio. Ces derniers acteurs, pour des raisons d'opportunités économiques, ayant surtout senti que la radio est par essence le médium le plus adapté aux habitudes de communication par l'oralité en Afrique, *« « étant le mieux le plus africanisé et qui pénètre le mieux chez les ruraux »*[45] (Tudesq, 2002, p.1), mais aussi un média couru par les annonceurs, saisissant les enjeux sociaux de populations touchées de plein fouet par les effets des *PAS* et surtout dans un contexte d'ouverture politique, décident d'y investir. C'est ainsi que le 1er Juillet 1994, le président Abdou Diouf inaugure la première chaîne de radio privée au Sénégal, *Sud FM* dont la fréquence a été attribuée par la *RTS*. D'autres chaînes vont ensuite être créées, surtout avec l'aide du *Programme International de Développement de la Communication* (PIDC[46]) qui joue un rôle essentiel dans le développement des radios communautaires au Sénégal à la fin des années 1990. Au milieu des années 1990, en plus des radios publiques et des stations internationales qui occupaient l'environnement médiatique sénégalais, les radios privées et les radios communautaires entrent dans la danse comme si on quittait une échelle macro et méso pour en venir à une strate de proximité, une échelle micro et plus proche des populations. Les télévisions privées se développeront bien plus tard au début des années 2000 avec l'accession au pouvoir du libéral Me Abdoulaye WADE. Le constat qui ressort de cette succincte archéologie de la naissance et de la marche de l'audiovisuel vers le pluralisme des acteurs et la diversité des médias est qu'elle a mis trente décennies pour arriver à ce stade. Et même dans les sous filières de l'audiovisuel, on peut compter un intervalle d'une trentaine d'années entre *Radio Dakar* et *Sud FM* pour la radio (1960-1994) mais aussi une trentaine d'années entre l'ORTS et la première chaîne de télévision privée Sénégalaise, la *2S Tv*, créée en 2005 (1973-2005). Si la presse écrite a existé pendant plus d'une soixantaine d'années et l'audiovisuel une trentaine d'années avant de connaître leur diversité qui marque leur phase de maturité, la presse en ligne elle, est la dernière

[45] Tudesq, André Jean. *L'Afrique parle, l'Afrique écoute: les radios en Afrique subsaharienne*. KARTHALA Editions, 2002.
[46] Programme International pour le Développement de la Communication. « Le PIDC est le seul forum multilatéral du système des Nations unies ayant pour objectif de mobiliser la communauté internationale pour débattre et assurer le progrès des médias dans les pays en développement. Non seulement ce Programme apporte une assistance aux projets relatifs aux médias, mais il vise également à établir les conditions favorables à l'essor de médias libres et pluralistes dans les pays en développement. »

http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/about-ipdc/

arrivée. Intéressons-nous à présent à son rythme de croissance.

L'information en ligne au Sénégal s'est très tôt développée par rapport aux autres pays d'Afrique de l'Ouest Francophone. Les entreprises et médias sénégalais étant très liés à leurs homologues français à travers certains partenariats et des contacts, parviennent à saisir la tendance du numérique presque en même temps que leurs homologues. On note une modicité de leurs ressources. Même s'ils ont été dotés par des programmes comme le *PIDC*, un manque criard d'infrastructures techniques est noté. De plus, le débit de connexion extrêmement faible complique encore plus les affaires des entrepreneurs sénégalais. Seulement, ayant été pour la majorité formés à l'étranger, les premiers internautes disposent de certaines connaissances et compétences en informatique qui leurs permettent d'innover. C'est ce que font d'ailleurs les éditeurs de presse traditionnelle, en quête de diversification de leurs activités dès le début des années 1990. C'est en effet en 1995 que les premiers sites qui évoluent dans l'information voient le jour au Sénégal.

Ainsi, *« le journal Sud Quotidien qui, grâce à sa collaboration avec le Metissacana (société sénégalaise créée par la styliste Oumou SY en 1996, premier cybercentre de l'Afrique de l'Ouest à disposer d'une connexion internet), a été le premier à se lancer dans cette aventure en 1993. Si l'on essaie de comparer, cette première expérience sénégalaise avec les grands journaux français comme Le Monde –qui a mis en place son site internet le 19 décembre 1995, après avoir été hébergé auparavant par Compuserve et Edelweb (qui hébergeait ses pages HTML)»*[47] (Cissé, p.21), on se rend compte qu'il n'y a pas de grande différence concernant leurs entrées sur le Web. Momar Coumba Diop semble vouloir l'illustrer en ces termes : « les groupes de presse *Sud Communication*[48], *Wal Fadjri* et *Le Soleil* [49]ont tenté, très tôt, l'aventure de l'Internet. Ils y disposaient chacun d'une édition en ligne. Si l'on en croit Abdou Latif Coulibaly, *« les pages développées par le Soleil, Sud Quotidien et Wal Fadjri L'aurore sur le Web n'ont rien à envier aux plus grands journaux européens et américains en termes de création artistique et de contenus présentés »*[50] (Diop, 2013, p.690). Au Sénégal, les sites Web

[47] Cissé, H. B. (2010). *La presse écrite sénégalaise en ligne : enjeux, usages et appropriation des technologies de l'information et de la communication par les journalistes (1980-2008)* (Doctoral dissertation, Metz).

[48] Sud Communication qui a mis en ligne la version du journal imprimé dès Février 1997, est le premier groupe de presse sénégalaise à tenter l'aventure de l'Internet. Une nouvelle version plus interactive a été mise en ligne en 2007

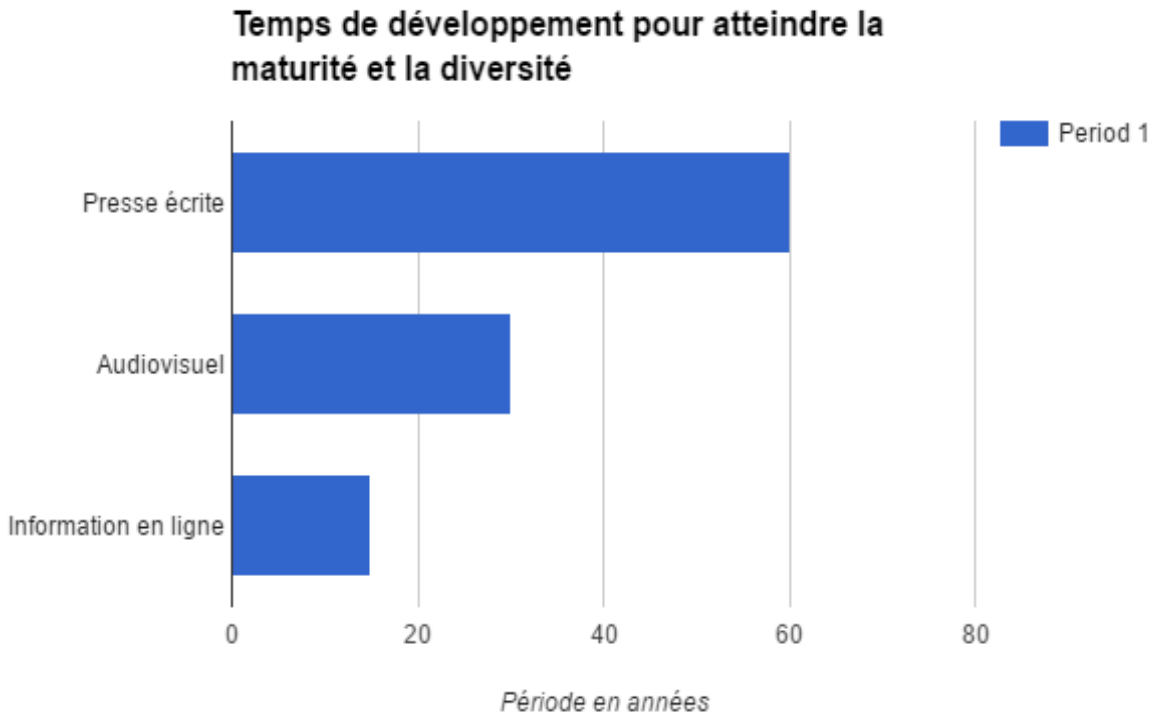
[49] Le Soleil, deuxième journal Sénégalais mis en ligne. La première version date du 03 Avril 1998. Une nouvelle édition électronique du journal est disponible depuis Août 2000.

[50] Diop, M. C. (Ed.). (2013). *Sénégal, 2000-2012: les institutions et politiques publiques à l'épreuve d'une gouvernance libérale*. KARTHALA Editions.

sont donc essentiellement des initiatives que prennent les éditeurs de presse vers la moitié des années 1990. En parallèle, les entreprises surtout multinationales, vont s'emparer de cet outil pour communiquer au Sénégal avant que plus tard les entreprises Sénégalaises s'y mettent. *In fine,* c'est véritablement à partir de 1995 que l'information en ligne a émergé au Sénégal.

Il aura donc fallu 15 ans au moins pour qu'on en arrive à un environnement diversifié. En 2010 on dénombrait déjà au moins 14 sites web de groupes de presse, 7 journaux exclusivement en ligne, 23 portails d'informations générales, 10 portails d'informations locales et 9 portails spécialisées (Diop, 2013).

Nous représentons l'inégale développement des filières de la presse écrite, de l'audiovisuel et de l'information en ligne. Ils ont pris respectivement 60 ans pour la presse écrite, 30 ans pour l'audiovisuel et 15 ans l'information en ligne dans leur cycle de diversification pour en arriver à une multiplicité de canaux et d'acteurs.



En 2015, le CNRA compte *« 17 chaînes de télévision opérationnelles, plus de 200 radios, plus d'une dizaine de sites d'information à l'intention des téléspectateurs, auditeurs et du lectorat » (p.39, rapport 2015).* En réalité, il existe plus d'une centaine de sites Web au Sénégal. Ceci exprime la *médiamorphose* de l'environnement médiatique sénégalais qui s'accélère avec le développement du numérique. Le spectre de l'information *en ligne* a pris quatre fois moins de temps que la presse écrite et deux fois moins de temps que l'audiovisuel pour arriver à maturité

et se retrouver avec une grande diversité de sites évoluant en ligne.

Cette évolution des secteurs nous apprend que l'information en ligne a non seulement mis moins de temps que les autres filières à se développer mais que les organes de régulation, qui sont nés dans les années 1990, peuvent se retrouver dépassés par la rapidité avec laquelle ces *médiamorphoses* ont cours. En fait, au Sénégal comme un peu partout en Afrique de l'Ouest francophone, les organes de régulation des médias ont été mis en place dans des contextes de contraintes structurelles mais aussi de pressions politiques qui les ont empêché d'évoluer très vite vers des modèles performants en ce qui concerne la régulation des médias classiques. Comme nous l'avons vu, l'information en ligne s'est développée beaucoup plus rapidement et renvoie aujourd'hui à des enjeux multiples, que les puissances publiques tentent déjà de saisir, notamment avec la *Commission des Données Personnelles*. Mais le constat premier est que ces puissances publiques, aussi bien dans le cadre national que régional, semblent être dépassées par la fulgurance et la célérité avec laquelle l'information en ligne se déploie.

Au terme de ce chapitre, nous nous rendons compte que l'environnement de la régulation des communications du Sénégal et plus largement des autres pays de l'Afrique de l'Ouest Francophone est complètement morcelé, entre une structure qui se concentre sur l'audiovisuel, une autre sur les *communications électroniques* et une troisième sur *les données personnelles* sans que l'articulation de celles-ci, pour répondre efficacement aux enjeux des convergences, soit envisagée. En Afrique de l'Ouest Francophone, les organes de régulations, qui s'inscrivent dans ces trois pans, sont : soit encore sous le joug du pouvoir exécutif, donc moins indépendants ; soit indépendants mais ayant des ressources limitées, une organisation entre elles et une articulation déséquilibrées causant des obstacles structurelles à leur action ; soit en phase de modernisation, de mise en cohérence pour la prise en compte des enjeux des convergences. Ce dernier modèle, encore rare, est tributaire du niveau démocratique de chaque pays. Cependant, leur regroupement autour d'instances ou de plateformes régionales à l'instar de la *Plateforme des régulateurs de la communication et de l'audiovisuel des pays membres de l'UEMOA et de la Guinée Conakry*, qui a tenu, déjà, sa 5e conférence, le 2 mars 2017 à Ouagadougou ou encore le *Réseau Francophone des régulateurs des médias* (REFRAM), est déjà un élément qui pourrait leur permettre de s'améliorer. Ces cadres de mise en commun des pratiques et de coopération initiés peuvent aider à rendre meilleurs les organes nationaux, qui, semblent souffrir d'un manque de cohérence et d'efficience dans leur ensemble.

Nous devrons donc voir, dans la deuxième section de ce chapitre les logiques de transmission de l'information en ligne notamment via les portails d'information sur lesquels nous nous

focalisons. Ceci passe par une archéologie des logiques qui guident les produits informationnels, mais aussi une définition claire des portails. Ensuite, nous articulons pratiques des portails et initiatives en faveur de leur régulation prises par la puissance publique pour tenter de comprendre les déterminants qui y font sens.

Chapitre 2 : Une puissance publique régulatrice ou impuissante face aux pratiques des portails d'informations ?

La question essentielle qui constitue le moteur de la première partie de ce mémoire est de savoir si les portails d'informations en ligne sont régulés. Si oui, comment ? Par quels leviers ? Selon quelles modalités suivant les approches (technique, socio-économique, juridique etc.) ? Dans le premier chapitre, nous avons tenu à dresser un tableau des organes de régulation en Afrique de l'Ouest francophone afin d'en tirer un diagnostic de leurs points forts et points faibles. Dans ce second chapitre, il s'agit de questionner les portails en tant que tels, leur essence, leur organisation, leurs pratiques… Pour ce faire, nous tentons de répondre aux questions suivantes. D'où viennent les portails d'informations ? Dans quel cadre théorique et schéma conceptuel on peut dresser leur généalogie ? Comment les définir ? Dans quels environnements (cadre national, filière, etc.) évoluent ces portails d'informations ? Quelles règles les régissent ? Ces interrogations, résument pour l'essentiel le fil conducteur de ce chapitre qui, en partant de *l'Economie politique de la Communication*, tente de décrire dans un premier temps, des vagues d'études sur l'information en ligne. Par conséquent, les portails d'informations, s'inscrivant dans cette perspective, sont définis et compris dans leur plus grande singularité mais aussi en lien avec les logiques qui font sens avec le numérique. Ensuite, nous nous focalisons sur les portails que nous avons choisi d'observer ainsi que sur le cadre sénégalais afin de confronter leurs pratiques aux modalités de régulation. Ce croisement peut permettre d'entrevoir des éléments de réponse provisoire pour notre hypothèse première.

2-1 Emergence d'un spectre de l'information en ligne et « Portalisation » au Sénégal :

Dès le début des années 1990, le World Wide Web connaît une forte émergence et se développent des dispositifs numériques qui permettent entre autres aux entreprises, de communiquer avec leurs publics, interne d'une part et externe d'autre part. Une présence sur les réseaux non pas seulement pour le travail mais aussi à des fins de communication, de marketing est notée. Une tendance à la création de *pages d'accueil*, où se concentre l'ensemble des liens informationnels relatifs aux structures qui les créent, s'accélère notamment aux Etats-Unis. C'est le début de la *portalisation des services*. Celui-ci désigne le *« processus par lequel les acteurs, désirant se positionner comme portail, enrichissent leurs services et contenus d'origine de nouvelles fonctions, outils et services, afin de capter le maximum l'utilisateur. Ceci afin de devenir le "guichet unique", l'intermédiaire incontournable d'Internet.* » (Kocergin, 2004, p.63). Ces entreprises, mues par une logique de contrôle de leur chaîne de valeur de l'amont à l'aval avec la convergence technique, tentent de se lancer très tôt sur le Web. Des fournisseurs d'accès issus d'opérateurs de télécommunications (ex. France Télécom, Telefonica), des éditeurs de logiciels de navigation (Netscape avec la plateforme Netcenter ou Microsoft avec la plateforme MSN), de grandes marques (ex. plate-forme Go acheté par Disney alors qu'il enregistrait déjà un grand nombre de connexions) ou encore des professionnels des médias traditionnels (ex. Financial Times, AFP, Le Monde). Pour cette dernière catégorie des professionnels des médias traditionnels, ils vont très vite embrasser le Web, notamment dans le giron étasunien. *« L'enquête annuelle par questionnaire conduite par B. Garrison entre 1994 et 1998 montre ainsi que les rédactions américaines sont plus de 92 % à utiliser le web en 1998 (Garrison, 2000). Progressivement, les journalistes utilisent le web pour rechercher eux-mêmes de l'information"* mais *"ces journalistes américains continuent d'utiliser certaines bases de données antérieures au web (Lexis/nexis) parce qu'ils y voient une source plus fiable. »* (Dagiral, Parasie, 2010, p.p 18-19). Aux États-Unis, c'est précisément en 1993 que le *San José Mercury News*, premier quotidien au monde sur la toile, va débuter ses activités sur le Web. Deux ans plus tard, le *Monitor* commence également à informer sur le Web et marque la ruée vers ce nouveau support. Le Web devient vite le support de l'instantanéité dans la course aux scoops. À titre illustratif, *« en 1997, le Dallas Morning News publiait sur son site, avant même la sortie de son édition papier, une interview de Timothy McVeigh, l'auteur de l'attentat d'Oklahoma City qui avait fait 168 morts le mercredi 19 avril 1995 à 9h02 »*[51] (Char & Côté,

[51] Char, Antoine., & Côté, Roch. *La révolution internet*. PUQ. 2009, 134p

2009, p.35). Ensuite, des événements importants seront couverts en direct sur Internet par les médias qui en font dès 1997 un support privilégié. Stuart Allan (2006), dans son ouvrage traitant du journalisme en ligne, cite *« The Heaven's Gate mass suicide, the reporting of the Oklahoma City bombing, the crash of TWA Flight 800 »*[52] comme des événements qui ont montré la force de couverture et de médiatisation du Web et des médias qui y avaient déjà migré.

Du côté des autres acteurs de l'information en ligne, qui s'alignent sur des lignes différentielles que celles des médias préexistants ayant migrés sur le Web, ils proposent un éventail d'offres de services en plus de leurs activités classiques. *AOL* ou Microsoft utilisent leurs portails en appoint de leurs autres services mais également à des fins promotionnels. Pour des portails tels que *Yahoo*, il va très vite être question d'organisation des contenus. C'est ainsi que *Yahoo « pour faire face à la surabondance et à la complexité des informations accessibles sur le Web, a proposé dès le début des années quatre-vingt-dix un mode d'organisation, un système de classification dans lequel ces informations sont présentées selon des rubriques thématiques. »*[53] (Stiller. H, 2001, p.39). En outre, une personnalisation des services avec l'intégration de fonctionnalités, qui prennent en compte l'usager, commence à émerger. Ainsi, un portail comme *« Yahoo ! a les préférences des professionnels ou de ceux qui interrogent les sites depuis leur lieu de travail ; aol.com, affilié à America On line est utilisé par les internautes surfant depuis leur domicile. »* (Miège, 2010, p.110). D'autres portails vont développer des spécificités qui leurs permettent de concentrer l'attention d'audiences grandissantes. *Netcenter, Infoseek, MSN.com*, ou encore *Infonie*, seul portail français indépendant connaissent un grand succès durant cette deuxième partie des années 1990 et le début des années 2000.

Ces grands sites, portails d'information qui émergent à partir des années 1990, profitent, pour la plupart, d'un environnement économique favorable aux mastodontes des industries culturelles qui investissent pour diversifier leurs services ou de grands groupes de presse qui y trouvent un nouveau support. Dans les pays de la *« périphérie »*[54] (Mattelart, 2005), le développement des portails et de la filière de l'information en ligne de manière générale est plus timide. Toutefois, le faible niveau de développement des pays de l'Afrique de l'Ouest ne

[52] Stuart, Allan. (2006). *Online news: Journalism and the Internet*. McGraw-Hill Education (UK). 217p

[53] Stiller, Henri. *« Le portail, outil fédérateur d'information et de connaissances »*, Documentaliste-Sciences de l'Information 2001/1 (Vol. 38), p. 39-42.DOI 10.3917/docsi.381.0039

[54] Mattelart, Armand,. *Diversité culturelle et mondialisation*. La Découverte, Paris, 2005.

signifie pas pour autant que ces pays, sous dotés en appareillage technique, ne s'intègrent pas rapidement.

La *filière de l'information en ligne* comme une sous composante du grand ensemble des ICIC se pose en véritable reflet des mutations techniques opérées au cours des trois dernières décennies. Elle accompagne le Web qui, comme nous l'avons annoncé en introduction induit des transformations au niveau des pratiques dans la collecte, le traitement, la diffusion de l'information encore méconnues, qui se greffent à celles-ci préexistantes. Continuum de l'existant, l'information en ligne engendre des conséquences ou opportunités, selon les jeux d'acteurs qui ont décidé ou non de s'en accommoder. Si les formules utilisées par les acteurs de l'information en ligne ont forcément pour socle le cadre de référence industries culturelles classiques, on y retrouve en plus *« des formes originales de production ou de distribution (...) fondées sur des processus de mutualisation à l'amont (le contenu est le résultat d'un travail collectif et souvent gratuit) et de servuction à l'aval. »* (Bouquillion. et Comès, 2007, p.24). Plusieurs auteurs caractérisent les mutations engendrées et qui touchent de plein fouet les professions de médiation de l'information qui s'en trouvent modifiés sur le Web. Jean Marie Charon parle de *« numérisation »*, *« d'alléger les structures techniques, mais aussi rédactionnelles, en même temps que remontaient vers les journalistes d'anciennes tâches techniques (mise en page, montage, prise de son, etc.). »* (Charon, 2011, p.17). De son côté, Nicolas Pelissier, juge que l' *« Hypertexte, navigation et interaction sont le triptyque de référence ; trois principes qui « constituent l'édifice conceptuelle mieux à même de garantir une utilisation optimale des réseaux numériques »* (Pélissier, p.100). Si tous ces penseurs s'accordent sur un certain nombre de principes qui gouvernent Internet et la circulation de l'information en ligne, la consécration de la filière reste encore en discussion. Pour Franck Rébillard, le modèle du courtage informationnel s'inscrit dans une filière de l'information en ligne. Bernard Miège quant à lui, tenant la thèse des modèles *« génériques »* qui fondent la socio-économie des ICIC, défend l'idée d'une continuité. On le voit bien, ni le consensus au plan scientifique n'est au rendez-vous, ni un dispositif juridique et réglementaire pour encadrer cette *dite filière* n'existe à proprement dire, rendant sa définition en tant que filière inopérante. Nous optons donc pour une appellation de *« spectre de l'information en ligne »,* avec en filigrane l'idée d'une réalité non cernée mais comprenant des caractéristiques ainsi que des sous-composantes qui semblent délimiter son corpus. L'information en ligne est intrinsèquement liée à trois éléments essentiels :

- D'abord les déclinaisons et modalités de diffusion réticulaire et plurielle de

l'information en ligne font qu'elle ne saurait être restreinte à des paramètres, acteurs, et pratiques figés. Le spectre de l'information en ligne englobe *« la couverture de toutes les catégories d'information journalistique, des plus nobles aux moins légitimes. »* (Rébillard, 2006, p.32)

- Ensuite, *« l'internet, désormais au centre de la convergence entre l'informatique, les télécommunications, et les industries culturelles et informationnelles »*, conjugué au triptyque financiarisation-internationalisation, rationalisation et médiations (intermédiation, valorisation) font de l'information en ligne telle que proposée par ces industries du contenu une variante mouvante, difficilement contrôlable par les puissances publiques.
- Troisièmement, nous postulons que le paradigme du collaboratif et le développement du courtage informationnel ne remettent pas en cause mais reproduisent les formes de concentrations connues dans l'environnement médiatique classique d'une part ; mais libèrent les paroles multiples des usagers d'autre part. Elle est (l'information en ligne) continuellement en négociation et coréalisée.

Ces traits caractéristiques que nous proposons ne définissent pas pour autant les *« modalités idéal-typiques de diffusion sur le web »* (Rébillard, 2006, p.35), telles que proposées par Franck Rébillard. Ces modalités sont au nombre de quatre. La première rejoint les formes de *publication des modèles classiques*. La deuxième dite *publication autoritative* consiste en la diffusion de ses propres créations par un auteur (individuel ou collectif), sans médiation extérieure (ex. Blogs). La troisième dite *publication distribuée* revient à la *« mise en circulation décentralisée de biens informationnels, dont l'évaluation s'effectue via l'échange au sein de « communautés médiatées » (Gensollen, 2003) (ex : peer-to-peer) »*. Et la quatrième est *le niveau méta-éditorial*, c'est-à-dire *« l'accès à une offre condensée de contenus ou de liens, intermédiation stratégique dans le processus de réaménagement de la distribution sur l'internet »* (Brousseau, 2002) (ex : portail). Rébillard et Chartron[55] (2004) en arrivent à une typologie de l'information en ligne dans le tableau ci-dessous :

[55] Rébillard, F., & Chartron, G. (2004, June). Quels modèles pour la publication sur le web? Le cas des contenus informationnels et culturels. in *SFSIC 2004, Béziers*.

Tableau 1. Typologie détaillée de l'information journalistique sur l'internet (Observation fin 2004-début 2005)

Types de publication d'information journalistique sur l'internet	Appellation internet[14]	Exemples	Orientation dominante du contenu	Modalité dominante de diffusion
1. Versions internet de médias existants	*presse en ligne*	*Le Monde TF1 Radio-France*	Info. généraliste	Modèle « classique »
1 bis. Versions internet d'agences de presse	*(agences de presse en ligne)*	*Reuters*	Info. généraliste / Info. spécialisée	Modèle « classique »
2. Publications exclusivement internet	*webzines*	*Salon JDN Uzine*	Info. d'opinion / Info. spécialisée	Publication autoritative / Modèle « classique »
2 bis. Publications – individuelles - exclusivement internet	*blogs*	*Les chroniques du Menteur*	Info. d'opinion / Info. spécialisée	Publication autoritative / Publication distribuée
3. Composantes informationnelles de plateformes multiservices	*portails*	*Yahoo !*	Info. généraliste	Niveau méta-éditorial
4. Regroupements automatisés d'informations d'actualités	*agrégateurs*	*Google News Rezo.net Net2One*	Info. généraliste / Info. d'opinion / Info. spécialisée	Niveau méta-éditorial
5. Services documentaires d'archives journalistiques	*(bases d'archives)*	*LexisNexis Pressedd Europresse*	Info.généraliste / Info. spécialisée	Niveau méta-éditorial

14. A certains types de publication repérés ne correspond pas forcément une « appellation » véritablement usitée sur l'internet (ceci rappelle au passage que catégorisations scientifique et ordinaire ne se superposent évidemment pas toutes). Pour les types 1bis et 5, nous avons ainsi

argé depuis www.cairn.info - - - 46.193.1.239 - 03/04/2017 19h23. © Lavoisier

Cette classification est reprise et synthétisée par Sarr (2017) qui prend en compte le contexte de l'Afrique Francophone où par exemple *les services documentaires d'archives journalistiques* n'existent pas. Sarr les classe en trois acteurs que sont les *" éditeurs de presse en ligne, les auto-éditeurs exclusifs sur Internet (blogs et pure players) et les intermédiaires de l'information (agrégateurs et infomédiaires)."*[56] (Sarr, 2017, p.41). Nous garderons donc ces trois types d'acteurs identifiés par Sarr tout en ré-aménageant les exemples qui les incarnent dans le tableau ci-dessus :

Type de publication d'information journalistique sur Internet	Appellation Internet et composantes	Exemples	Orientation dominante du contenu	Modalité dominante de diffusion	Types de contenu
Editeurs de presse en ligne	Presse en ligne Agences de presse en ligne	GFM RTS APS	Information générale	Modèles classiques	Contenu propre

[56] Seck-Sarr, Sokhna. Fatou. (2017). *Presse en ligne en Afrique francophone (La): Dynamiques et défis d'une filière en construction*. Editions L'Harmattan. Mars 2017. 240p, p.41

Autoéditeurs exclusifs sur Internet	Blogs	- Blog de Fadel Youtubeur - Dudu fait des vidéos	Information d'opinion/Information spécialisée	Publication autoritative/ Publication distribuée	Contenu propre
Intermédiaires de l'information	Portails agrégateurs	Seneweb.com socialnetlink.org	Information généraliste/Information d'opinion/Information spécialisée	Publication autoritative/ Publication distribuée/Niveau méta-éditorial	Contenus hybrides : domination de contenus re-traités pour certains portails; Forte présence d'informations propres pour d'autres

Nous reprenons la publication de Seck-Sarr, tout en y adjognant des exemples dans le contexte sénégalais. Les portails créent de plus en plus leurs rédactions (Seneweb.com) et des pure players reprennent souvent des contenus qu'ils ne produisent pas eux-mêmes.

Cette classification, qui rend compte des types d'acteurs de l'information en ligne, nous édifie et nous permet de délimiter l'objet de notre étude. Qu'est-ce qu'un portail ? La réponse à cette question étant déjà donnée dans ce tableau, nous nous proposons de préciser son acception dans ce travail afin de dissiper toute zone d'ombre susceptible de constituer un biais. Les années 1990 sont les années de la convergence. En fait, si on compte les paradigmes industriels, ce sont ceux de la *« convergence, de la collaboration et de la création qui rendent compte de ces productions normatives (Bouquillion, Miège et Mœglin, 2013). »*[57] En plus, *« au milieu des années 1990, une nouvelle représentation de la convergence se développe, la diffusion multisupports dans une logique de portails. Les portails doivent permettre de diffuser, si possible à l'échelle internationale (...) Les contenus sont supposés être accessibles à partir des supports existants (papier, disque, télédiffusion) ou émergents sur l'Internet ou l'Internet dit mobile. »* (Bouquillion, 2007, p.p 197-198). Comme nous l'avons vu, la convergence n'est pas que technique, elle est aussi relative aux contenus. À cet égard, les portails deviennent des tableaux sur lesquels on peut lire, écouter et regarder mais aussi chercher, découvrir, échanger et choisir. Bernard Miège le souligne assez bien en ces termes : « *par-delà leur fonction de*

[57] Aubin, France. & Rueff, Julien. (2016). Perspectives critiques en communication. PUQ. 341p,

facilitateur et d'intermédiaire technique, favorisant l'accès à une gamme de plus en plus importante de sites (depuis les sites promotionnels jusqu'aux sites commerciaux) les portails sont appelés à la fois à gérer des audiences, à orienter les consommateurs (se voulant d'abord des usagers vers les nouvelles « places de marché » et à mettre en valeur les annonces publicitaires).» (Miège, 2000, p.110). Le portail est la représentation idéaltypique du nouveau modèle du courtage informationnel, en ce sens qu'il organise plus qu'il ne produit, il présente plus qu'il ne crée. La particularité du portail réside en sa capacité à répondre aux besoins de plusieurs ordres de l'usager en sélectionnant, agrégeant et adaptant les contenus sollicités par ceux-ci, mais produits par d'autres acteurs. Le portail ne produit pas l'information ou les services en soi mais fait la médiation de ces produits ou services médiatiques. En outre, *« il a bien pour origine la nécessité d'identifier, acquérir, traiter, valoriser et diffuser l'information. Mais il permet aussi l'intégration des applications, la mise en œuvre d'outils de communication et de gestion des connaissances, des opérations de commerce électronique etc. »* (Stiller. H, 2001, p.1). Nous le voyons, comme tout dispositif, le portail évolue et propose des services diversifiés qui ne lui appartiennent pas. Le portail n'est pas censé être le site destinataire, selon Sofija Kocergin. Dans sa thèse portant sur le modèle socio-économique de l'Internet avec un focus-questionnement sur la viabilité de la perspective du portail, elle le définit comme un *« site virtuel non-destinataire, fédérateur et intégrateur de contenus, de services et d'outils de recherche, de navigation et de communication, mis à la disposition des utilisateurs. »* (Sofija Kocergin, 2004, p.64). De ces définitions et avis sur les portails, nous retenons que les prototypes de portails diffèrent selon les pays, les cultures des usagers, mais sont évolutifs. Au Sénégal, les seules sources de revenus des portails qui évoluent à priori dans un modèle de flot proviennent de la publicité. Ceci est dû au fait que le commerce en ligne, le paiement en ligne est une pratique à laquelle les Sénégalais ne s'adonnent pas, malgré le développement du *Mobile Banking* depuis quelques années. L'exemple de *C-Discount,* qui évolue surtout dans un modèle d'achat et de paiement en ligne, est assez illustratif. Cette entreprise a fermé sa filiale au Sénégal une année après son ouverture, non pas parce que ses produits ne sont pas aimés, ni sa communication mauvaise, mais parce que son modèle de vente ne rencontre pas les pratiques d'achat des Sénégalais. À la lumière de ces propositions de définitions, nous entendons donc par portail tout site, destinataire comme intermédiaire, qui assure des fonctions d'intégration, d'intermédiation, d'agrégation ou de facilitation d'accès à des services culturels ou informationnels. Il offre un éventail de possibilités ainsi qu'une gamme de services selon chaque acteur dans son positionnement et ses logiques éditoriales. Cette définition large et extensive, nous en sommes conscients, peut prêter à confusion mais veut prendre en compte les

différents aspects que nous retrouvons aujourd'hui chez les portails. Comme nous le savons, il existe des portails généralistes comme des portails d'entreprises, des portails de commerce électronique, bref, des portails spécialisés dans des domaines précis. Cependant, ce sont les portails d'information qui nous intéressent dans ce travail et dans l'environnement du Sénégal. Nous présentons dans les prochaines lignes la rapide naissance et développement d'un spectre de l'information en ligne au Sénégal avant de confronter les portails aux environnements politique, juridique, économique, culturelle et même technique sénégalais afin d'en déceler les potentiels dispositifs et pratiques de régulation émanant de la loi ou plus largement de la puissance publique. Ceci nous permet de croiser pratiques des portails et pratiques de régulation afin de voir si des dispositifs existent ? Si oui de quelle nature ? Avec quels effets sur les activités de production et de médiation des portails sénégalais ? Notre travail dans la seconde section de ce chapitre est diachronique, analytique pour saisir tous les éléments qui peuvent entrer en compte dans l'analyse de la régulation ou la non régulation des portails au Sénégal. Pour rappel, nous nous intéressons à la régulation de ces portails d'informations qui, comme nous l'avons dit supra, sont sujets à des dérives informationnelles. Dans cette perspective, nous avons jugé nécessaire de revenir sur ces formulations théoriques sur les Industries culturelles, qui nous permettent d'en venir aux modèles économiques. À partir de ce retour théorique et d'une définition des portails afin de les distinguer de ce qu'ils ne sont pas, nous allons nous appesantir sur les portails d'information sénégalais et sur leurs pratiques, pour ensuite voir s'ils sont bel et bien régulés.

2-2 Portails d'information sénégalais : tactiques et pratiques

Les portails d'informations sénégalais qui nous intéressent dans le spectre de l'information en ligne sont touchés par des facteurs qui différencient de manière générale les portails des pays en développement de ceux des pays développés. Ces facteurs trouvent leur échos dans cette affirmation de Yannick Estienne[58], qui remarque que : *« la culture de la gratuité, largement répandue sur Internet, représente, dans les premières années (1995-1998), un obstacle important au développement économique de la presse en ligne. Le passage au modèle payant semble d'autant plus impopulaire que la grande majorité des échanges sur Internet ne relève pas directement de la logique marchande. »* (Estienne, 2008: 83).

Ces facteurs explicatifs et caractéristiques des portails au Sénégal en font des portails qui

[58] Estienne, Yannick. *Le journalisme après Internet*. Editions L'Harmattan, 2008.

s'activent essentiellement selon un modèle de gratuité, donc de flot, en reprenant des contenus d'autre sites ou médias, espérant vendre assez de publicité pour survivre. Cette situation met la plupart des portails dans une situation de précarisation profonde.

Si le spectre de l'information en ligne au Sénégal est assez diversifié, nous avons choisi de travailler sur les portails, producteurs et intermédiaires de l'information en nous focalisant sur deux portails qui font partie des plus suivis. Deux prototypes de portails qui restent incontournables dans le spectre de l'information en ligne mais ayant des profils différents. *Seneweb.com*, est un portail d'informations qui s'inscrit dans la reprise de dépêches, de vidéos, d'articles et d'audios. Ce portail procède à l'intégration de contenus multiples et variés. Il s'inscrit également de plus en plus dans la création de contenus mais reste dans sa grande majorité dominée par l'intégration de contenus. Quant à *Leral.net,* il est un portail qui se positionne en tant qu'éditeur d'informations. Ce portail reprend et intègre les programmes et émissions de radios et de télévisions. Elle reprend aussi des dépêches d'agences et d'autres articles de presse. Cependant, elle produit une grande partie des informations qu'elle publie sur son site. Ces deux portails sont donc différents aussi bien sur leur forme qu'au niveau des pourcentages de contenus produits ou simplement *intermédiés*. Nous nous intéressons de plus près à chacun d'eux dans les prochaines lignes de ce travail afin d'analyser et de mieux saisir leur identité.

2-2-1 Présentation des portails observés : Seneweb et Leral

- Seneweb.com :

Créé le 28 Aout 1999, Seneweb.com est le premier modèle de portail d'informations générales sénégalais mis en place. Comme son nom l'indique, ce portail se présente comme une vitrine ou reflet du Sénégal dans le Web. Initié par deux Sénégalais étudiants aux Etats-Unis, M. Abdou Salam Madior Fall et Daouda Mbaye, *Seneweb* a été créé par des membres de la diaspora pour les membres de la diaspora à ses débuts. C'est précisément Abdou Salam Fall, étudiant à l'université Strayer du Washington District of Columbia en informatique qui crée le site. Il est rejoint dans cette initiative par Daouda Mbaye en 2000. En effet, la création de ce portail était bienvenue pour la diaspora sénégalaise qui avait du mal à s'informer sur ce qui se passait au Sénégal. *Seneweb* leur proposait tout un ensemble d'information, *« un panorama de la presse sénégalaise. D'abord, avec un condensé d'articles de presse sur l'actualité sénégalaise, puis d'articles audiovisuels. »* (Cissé, p.173). Cette initiative nouvelle rencontre donc plus les besoins de la diaspora qui, de plus, était connectée alors que la population sénégalaise, dans son écrasante majorité, n'était pas connectée. Mais en plus de ces services de relais de la presse nationale, ce portail fournit surtout des informations sur les *« procédures de transferts d'argent,*

la téléphonie sur l'internet, les transactions immobilières » (Cissé, p.173). Ces trois éléments constituent des données fondamentales pour les immigrés qui envoient de l'argent, veulent investir mais aussi rester en contact avec leurs proches. Au fil du temps, le portail s'est encore plus diversifié et offre, en plus de ces informations et du panorama de presse, une application, des possibilités de comptes personnalisés, un annuaire de recherches, un forum d'annonces entre autres. Ce portail est devenu, en plus de 15 ans, un véritable exemple pour d'autres acteurs du Web.

Cependant, *Seneweb* n'est plus qu'un portail initié par des passionnés et étudiants en informatique aujourd'hui. Il est le pilier de la société *Senewebnetworks* qui s'active dans des services tels que la réalisation de sites Web, le développement de projet Web, le marketing, l'audit ou le consulting en ce qui concerne l'Internet. Seneweb est ainsi *« à l'origine de la création de plusieurs sites sénégalais dont celui du gouvernement, des établissements financiers comme la SICAP (Société immobilière du Cap-Vert), la BHS (Banque de l'habitat du Sénégal), le site du groupe de communication Futurs Médias et quelques autres sites hébergés »* (Cissé p.177). *Seneweb* est présentement bousculé par d'autres portails Web qui s'en sont inspiré mais reste incontournable dans le spectre de l'information en ligne sénégalais. Il a d'ailleurs revu son positionnement en devenant une véritable entreprise de presse avec une équipe de rédaction et des journalistes recrutés, bénéficiant également de l'aide à la presse en raison de son poids.

- Leral.net :

Créé plus de 10 années après le portail d'informations *Seneweb*, *leral.net* est pourtant l'un des sites Web les plus visités du Sénégal. *Leral.net* est créé le 22 février 2008, par un informaticien doué du nom de Dame Dieng. *Leral.net*, à sa création, se base sur une équipe technique basée dans la commune française d'Ajaccio. Avec ses partenaires et co-fondateurs européens, Dame Dieng gère le côté technique du portail et s'adosse sur du personnel journalistique ayant des compétences en Web pour la production et la sélection des contenus à mettre sur le site. C'est donc un dispositif géré du Sénégal et de la France qui fait de *leral.net* un des acteurs les plus importants de l'information en ligne sénégalaise.

Se caractérisant par une organisation en rédaction, avec un Dirpub, un rédacteur en chef et des journalistes, *Leral.net* reprend une partie des informations qu'elle diffuse, notamment audios et vidéos avec l'intégration des contenus les plus suivis dans les radios et télévisions existantes mais s'illustre aussi par sa capacité de produire sa propre information. Des dossiers, enquêtes et articles approfondis sur des thématiques diversifiées sont donc régulièrement produits, ce qui

fait de *leral.net* un acteur qui produit autant ou plus qu'il ne diffuse des informations. *Leral.net* ne propose pas une palette de produits ou services informationnels et n'offre pas encore de possibilité de personnalisation. Ce qui fait sans doute son attirance c'est la simplicité et la fluidité de son design qui caractérise son confort d'ergonomie. *Leral.net* a développé une application mobile et réalise régulièrement des vidéos d'interviews ou de reportages. Le propriétaire de *leral.net*, Dame Dieng, informaticien reconnu, veut aussi aller vers un holding avec la fusion effective de *leral* à un autre site qu'est *Facedakar* en 2011. Ce dernier était spécialisé dans l'information people.

Cette présentation synthétique des deux portails que nous avons choisis pour notre étude permet de comprendre leurs différents profils mais aussi et surtout de comprendre les points saillants de leur création et de leur évolution. *Seneweb*, créé en 1999 et *leral.net*, créé en 2008, sont les portails les plus visités au Sénégal malgré leur différence de modèle de production ou d'intermédiation de contenus. Ce qui frappe, c'est que le second réussit drainer beaucoup de visiteurs malgré son caractère récent par rapport au premier. Nous dressons des tableaux d'identification de ces deux portails afin de mieux les définir et analyser leurs pratiques informationnelles.

Fiche d'identité des deux portails choisis ; inspiré de la fiche d'identité pour mener une analyse plus approfondie, définie par Roselyne Ringoot (Ringoot, 2014).

Support	Numérique
NOM	seneweb.com Le Sénégal dans le web !
FORMAT	Portail
MODÈLE ÉCONOMIQUE	Gratuité avec publicité
ANCIENNETÉ	28 Août 1999-Mise à jour 28 Août 2016-28 Août 2026/ App: 07/2015
LA PÉRIODICITÉ/TEMPORALITÉ	Fil continu/Temps réel
CADRE SOCIO-GÉOGRAPHIQUE	National/Régional/International

SLOGAN EDITORIAL	Le Sénégal dans le Web!
PAGINATION/NAVIGATION	Zoning indépendant des rubriques-largeur moyenne-profondeur longue- Hyperliens vers 53 sites
LA *UNE*	*Une* en gros plan à l'entrée du site-1ère Barre de menu sur les services-2ème barre de menu sur les rubriques d'informations-contenus des rubriques présentés en ordre dispersé sur la première page
LES TITRES	Style incitatif
LES RUBRIQUES	Mixte
LA PAGE	Surface entièrement remplie-Proche de la saturation
LES GENRES JOURNALISTIQUES	Tous les genres discursifs sont repris
L'ICONOGRAPHIE	Photos-vidéos - Habillage fond blanc- Titres en rouge-noir
LES SIGNATURES	Rédaction, collaborateurs, agences, autres médias ou sites/retraitement de contenus d'autres médias sans signature quelquefois
LES DISCOURS RAPPORTÉ	Citation de sources par signatures-Citation dans le corps du texte
L'INTERACTIVITÉ	Commentaires, blogs, newsletter, réseaux sociaux, coopération et contacts avec les internautes

Support	Numérique
NOM	leral net s'informer en temps réel
FORMAT	*Portail*
MODÈLE ÉCONOMIQUE	Gratuité avec publicité
ANCIENNETÉ	22 Février 2008
LA PÉRIODICITÉ/TEMPORALITÉ	Fil continu/Temps réel
CADRE SOCIO-GÉOGRAPHIQUE	National/Régional/International
SLOGAN EDITORIAL	S'informer en temps réel
PAGINATION/NAVIGATION	Zoning indépendant des rubriques-largeur moyenne-profondeur longue-Navigation fluide
LA *UNE*	*Une* en quatre titres-contenus des rubriques présentées en ordre dispersé sur la première page
LES TITRES	Styles informatif et incitatif
LES RUBRIQUES	Mixte
LA PAGE	Surface remplie (déséquilibrée)
LES GENRES JOURNALISTIQUES	Brèves-échos-revues de presse-nécrologies-portrait-reportages-analyse-enquêtes-dossiers-interviews-communiqués-interviews-communiqués-
L'ICONOGRAPHIE	Photos-vidéos-écriture interactive- Habillage fond blanc-couleur des titres selon le zoning

LES SIGNATURES	Rédaction, collaborateurs, agences, autres médias ou sites
LES DISCOURS RAPPORTÉ	Citation de sources par signatures-Citation hypertextuelle
L'INTERACTIVITÉ	Commentaires, newsletter, réseaux sociaux, coopération et contacts avec les internautes

2-2-2 Stratégies et tactiques de rentabilisation portails :

Les portails d'information au Sénégal sont soumis à un contexte économique peu propice à leur grand développement. Dans un environnement numérique ou la culture de la gratuité et du partage propre au hacking[59] domine, ces portails se différencient de grands autres groupes comme *Yahoo* qui ont la possibilité de proposer et d'offrir des services payants, personnalisés car profitant d'un taux de bancarisation et d'un pouvoir d'achat acceptables de leur population qui, par ailleurs, intègre dans ses schèmes le paiement en ligne comme un système payant parmi tant d'autres. Les structures, qui évoluent dans le spectre de l'information en ligne, se trouvent donc dans un dilemme entre le payant et le non payant dès le départ mais finiront par choisir le second schéma. Trois facteurs appuient ce choix : «

- *le premier est l'inexistence au Sénégal d'un système de micropaiement. Ce qui fait que l'internaute Sénégalais ne pourra pas acheter ou s'abonner à un journal en ligne. Dès 2002, Abdou Latif Coulibaly du groupe de presse Sud Communication, évoquait la possibilité de mettre en place un abonnement mensuel de 10 dollars pour au moins 15.000 lecteurs de l'édition en ligne. Ce projet n'a jamais vu le jour ;*
- *Le second facteur est relatif au faible taux de bancarisation au Sénégal. Cela fait que*

[59] Selon François Paget (2012), le terme exprimait un idéal en se manifestant par un engagement militant en faveur d'une information libre, partagée et décentralisée. Il va ensuite distinguer : «
-Le hacker *white hat* ne s'aventure pas dans l'illégalité. Il discute d'intrusion informatique, de programmation et de techniques de hacking. Il se considère comme un passionné de sécurité informatique et veut en faire profiter ses relations. S'il découvre une faille, il ne la divulguera pas publiquement, mais en fera part, souvent sans contrepartie, aux spécialistes du domaine qui pourront la combler.
-Le hacker *grey hat* discute et teste les méthodes criminelles. Sans rien détruire, il n'hésite pas à s'introduire dans des systèmes informatiques de façon illégale. S'il découvre une faille, s'il met la main sur un programme malveillant, ou s'il parvient à « craquer » un logiciel, il mettra sa découverte à disposition de tous sans se préoccuper, ni des mauvais usages qui pourraient en être fait, ni des implications légales pouvant régir cette pratique. Ne se fiant qu'à sa propre déontologie, il pourra aussi vendre « au plus offrant » ses découvertes ou sa compétence.
-Le hacker *black hat* enfreint régulièrement la loi. Il utilise ses compétences de façon nuisible et représente une menace réelle. Il pénètre les systèmes informatiques en cherchant à nuire aux personnes (physiques ou morales) qui en sont les propriétaires. » (Paget, 2012, p.4)
Le hacking, à ses débuts, s'identifiait plus aux deux premières formes qu'il définit.

rares sont les particuliers qui détiennent une carte bancaire. Dans ces conditions un abonnement à un journal en ligne est difficilement concevable.

- *Le troisième facteur résulte d'une stratégie qui consiste à vouloir rester gratuit pour augmenter le nombre de lecteurs et en faire un argument (…) »* (Diop, p.695)

Ces deux facteurs qui mènent au troisième, consistant en l'adoption d'une stratégie de la gratuité, induisent cependant un certain nombre de mesures et d'orientations déployées par ces portails pour assurer leur survie. Comme partout dans le monde, ces portails vont déployer des tactiques de *valorisation*, de *rationalisation*, de *diversification*, de *stock* d'informations pour attirer plus d'internautes, faire plus de publicité et parvenir à subsister et émerger. La publicité en ligne devient ainsi le nœud central des activités économiques des portails. D'ailleurs, le dirigeant *de Disney*, Mickaël Eisner, le fait remarquer[60] très nettement : *« si un portail ne devient qu'un moteur de recherche et un annuaire de sites, alors ce n'est peut-être pas d'un portail dont nous avons besoin. »* (Bouquillion, 2008, p.200). Pour lui, un portail ne peut survivre sans la publicité. Ce qui justifie ces tactiques dont nous avons fait état, déployées par les sites.

- *La valorisation* :

Les deux portails que nous avons observés nous donnent un aperçu assez large des tactiques de valorisation utilisées par ces acteurs de l'information en ligne. Ces portails communiquent également à l'occasion de la diversification de leurs services avec l'exemple lancé en Mai 2016 de l'application de *Leral.net* puis l'annonce de sa présence sur *App store* sur laquelle elle a communiqué en Janvier 2017. Autre moyen de valorisation à travers la diversification est le développement de télévisions en ligne qui diffusent des émissions sur la page *Youtube* intégrée au site (Ex : *Leral.net*) ou de la Webradio (*Seneweb*) qui diffuse des programmes sur le site. Ces supports, qu'ils créent eux-mêmes, sont optimisés par ces portails d'informations pour se valoriser. La valorisation des sites se fait aujourd'hui surtout sur les réseaux sociaux numériques notamment à travers *Facebook*, *YouTube* ou encore *Twitter*. Au moins 5 à 7% des visites sur ces portails passent par ces réseaux sociaux (5,5 pour *Seneweb*, 6,9 pour *Leral*[61]) qui sont des relayeurs puissants des publications des portails notamment *Facebook* à travers les partages. Les portails communiquent donc sur eux-mêmes pour se valoriser, attirer les internautes mais aussi les publicitaires, à qui ils vendent de l'audience précise notamment par l'entremise des

[60] Déclaration faire dans le magazine *La Tribune*, février 2002

[61] https://www.similarweb.com/website/seneweb.com?competitors=leral.net Analyse des sites par similarweb du 11/04/2017

nombres de visite.

- *La rationalisation* :

La rationalisation revient à une optimisation des moyens humains, matériels, financiers utilisés par ces entreprises pour limiter les investissements que le modèle non-payant ne rémunère que si le site atteint un certain nombre de visiteurs, qui lui garantissent la vente de bannières ou d'articles sponsorisés à certains prix. Ainsi, *Seneweb* comme *Leral*, travaillent avec des rédactions réduites. On assiste donc à « *la montée d'une logique gestionnaire au sein de la presse et de l'information liée au développement des publications sur le Web* (Rébillard et alii, 2007 cité par Bouquillion, p.p 251-252). Cette logique gestionnaire pousse en effet à *« rationaliser les coûts de production, d'inciter les équipes de création et de production à faire les choix les plus économes et à leur faire intérioriser la contrainte de la maîtrise des coûts de production »* (Bouquillion, 2008, p.254). La rationalisation pousse par ailleurs ces portails à s'ouvrir de plus en plus aux usagers à travers la publication de certaines contributions ou des possibilités d'ouverture de blog comme c'est le cas avec *Seneweb*. En fait, l'activité de ces portails qui consiste en partie à agréger des contenus, ne nécessite pas un personnel en grand nombre.

- *La diversification* :

La diversification des activités de production et d'intermédiation des produits informationnels est à l'œuvre dans les portails d'informations. Si *Seneweb* a évolué vers la création d'un Webradio et réalise très souvent des interviews avec des personnalités en rapport avec l'actualité, *Leral* se caractérise par sa recherche d'exclusivités, la réalisation de dossiers d'enquêtes complets et l'alimentation de sa chaîne en émissions produits proprement. Ces sites deviennent donc des *Youtubeurs* qui perçoivent aussi de l'argent de la publicité faite sur leurs vidéos. En outre, leur positionnement en tant qu'intermédiaires dans le secteur des annonces immobilières ou encore automobiles pour le cas de *Seneweb,* leur permet de recueillir des données de plus en plus importantes et fournir aux publicitaires des publics mieux ciblés. Seneweb s'inscrit aussi dans une logique de publication d'annonces nécrologiques et de communiqués de presse.

En outre, ces portails qui appartiennent à des groupes plus grands comme *Senewebnetworks*, développent d'autres sites pour des structures et s'investissent dans plusieurs activités dans le domaine du numérique. Quant à *Leral*, son patron Dame Dieng, est le chef d'une structure plus

large, *Allo informatique* qui s'active dans l'assistance informatique, pour particuliers ou entreprises. Nous voyons donc que les propriétaires ou administrateurs de ces portails se diversifient et tentent de couvrir des pans étendus du secteur du numérique.

- La tendance des *informations en stocks*

La tendance des *informations en stocks* que nous voulons qualifier se différencie de la logique de stock énoncée dans les études de l'*EPC*. En fait, elle désigne le fait que les portails d'informations gardent ou réservent certaines informations qui ne s'inscrivent pas dans un cadre temporel court, pour les diffuser à un moment où ils disposent de moins de contenu. Ces informations sont souvent des dossiers, enquêtes, vidéos ou des contenus relevant souvent du ludique et des faits divers. Elles sont souvent diffusées le week-end lorsqu'il n'y pas de parution de la presse écrite ou lors des périodes où on a peu d'émission à la radio et à la Télévision. Cette tendance s'explique par le fait que la plupart de ces portails s'inscrivent dans une continuité de diffusion de l'information, qu'ils ne produisent pas ou peu. Dans une logique de rationalisation et d'optimisation, deux aspects fondamentaux caractérisent l'information que les portails diffusent. *« Premièrement, il n'est pas nécessaire, pour ce type de produits éditoriaux, que les journalistes vérifient l'information ; ce qui, du coup, implique un moindre coût de traitement. Deuxièmement, ce sont des contenus dont la valeur économique est diachronique et pas seulement liée à l'actualité immédiate. En clair, il s'agit de ce que nous avons identifié ailleurs comme information de stock, sui generis, comme son nom l'indique, participe à l'enrichissement d'une base de données (Rébillard et al. op. cit.). Cette information peut générer de l'audience à long terme, essentiellement par le biais de moteurs de recherche. Cette logique de rentabilisation des contenus a des incidences sur les modalités de production et de hiérarchisation de l'information. »*[62]. (Damian-Gaillard, Rébillard, Smyrnaois, 2009, p.10). Ceci éclaire à suffisance sur le fait que l'information à temps réel mais aussi les formats de produits informationnels s'inscrivant dans le moyen-long terme s'inscrivent dans les tactiques de rentabilisation des portails qui, de plus, sont des annuaires où l'on cherche de l'information qui n'est pas forcément récente. Ces logiques de valorisation, de rationalisation et de diversification d'*informations en stock* ou en temps réel guident souvent les portails que nous avons observés ; les déterminent dans leur quête de rentabilité. Ceux-ci, en poursuivant ces

[62] Damian-Gaillard, Béatrice. Rébillard, Franck. Smyrnaois, Nikos. 2009- *Communication au colloque New media and Information*, Athènes, 6-9 Mai 2015

logiques, devraient respecter des règles d'ordre social, juridique ou encore économique. Ces règles, définissent le cadre régulateur de toute activité que des instances doivent se charger de faire respecter.

2-3 Les portails et leurs contenus : quelle régulation aux plans technique et juridico-économique ?

2-3-1 Une régulation économique et technique des portails inexistante au Sénégal :

Les portails d'information sont des entreprises comme tant d'autres au regard du droit sénégalais. Dans ce cadre, ils sont créés comme toute autre entreprise au guichet unique de *création d'entreprise*. Ainsi, aussi bien la *Seneweb*[63] que *leral* ont été créées sous le statut de *Société Anonyme à Responsabilité Limitée* (S.A.R.L) avec un capital d'un (1) million chacun[64]. Ces portails d'informations générales sont donc sous le coup de la législation consacrée aux entreprises sénégalaises. En fonction de leurs déclarations, ces portails payent des redevances et impôts. Seulement, un flou existe quant au respect de ce principe par tous les portails d'information qui fleurissent au Sénégal. Ces portails existent-ils tous légalement ? Ou, à l'inverse, l'image projetée par ces deux premiers ne s'applique-t-elle pas à tous les portails ? Pour en avoir une idée claire, nous esquissons un tableau avec quatre autres portails d'informations générales, trois portails d'informations locales et trois portails d'informations spécialisées.

Portail	**Catégorie**	**Statut juridique SN**	**Type de statut**	**Capital**	**Nom de domaine**	**Société d'enregistrement**	**Localité de la société d'enregistrement**
Xalimasn	Général	-	-	-	.com	ENOM, INC	Harizona/USA
Xibar	Général	-	-	-	.net	GODADDY.COM	LLC-Hauts de ance-Roubais-OVH Sas-France
Ledakarois	Général	-	-	-	.net	SINAPPS	Texas-Austin-USA
Senego	Général	-	-	-	.com	NAME.COM, INC-Incapsula	Washington-Seattle-USA

[63] Au préalable seneweb était enregsitré aux USA comme une entreprise de commerce électonique
[64] Bureau d'appui à la création d'entreprise- http://creationdentreprise.sn/rechercher-une-societe

Thiesinfo	Local	-	-	-	.com	Cloudflare.INC	Harizona-Phoenix-USA
Tambacounda	Local	-	-	-	.info	Infomaniak Network Sa	Carouge-Genève
koldanews	Local	-	-	-	.com	Infomaniak Network Sa	Carouge-Genève
Osiris	Spécialisé	-	-	-	.sn	AS8346 SONATEL-AS Autonomous System, SN	Dakar-Sénégal
archipo	Spécialisé	-	-	-	.net	Tucows domains INC	USA
senegalblackbusiness	Spécialisé	-	-	-	.com	1 and 1 Internet SE	Allemagne

Sources: http://whois.domaintools.com . https://centralops.net/co/domaindossier.aspx

La réalisation de ce tableau à partir de 10 portails d'informations de catégories différentes nous permet de voir que ces deux portails que nous avons choisis constituent les arbres qui cachent la forêt. En effet, seuls les grands groupes se sont constitués légalement selon les règles juridiques de création d'entreprise au Sénégal et évoluent, comme nous l'avons vu, en diversifiant leurs activités. La caractéristique principale des portails d'informations est qu'ils sont hébergés par des serveurs qui, pour la plupart, sont la propriété de sociétés américaines ou européennes. En outre, nous avons constaté que même les locataires de ces noms de domaine donc propriétaires des sites en questions ont pour adresse des villes localisés dans d'autres pays. Cette donne, induit une dimension incontournable de l'Internet qui est son caractère dématérialisé et a-localisé. En fait, ces portails, qui traitent, transmettent des produits informationnels sénégalais ou relatifs au Sénégal, sont domiciliés à l'étranger et ne sont pas légalement constitués au Sénégal. Ils se soustraient donc à la législation sénégalaise dans un contexte où, d'ailleurs, aucune forme de gouvernance nationale d'Internet n'est opérante. L'Internet, qui constitue le support technique sur lequel les portails s'adossent, est en réalité géré à partir des Etats-Unis. Concrètement, la régulation de la technique Internet repose globalement sur trois structures. *« Elle consiste à spécifier sur un mode distribué les protocoles*

techniques et leur mise en œuvre à travers un programme, l'IETF (Internet Engineering Task Force) assisté par l'IAB (Internet Architecture Board) et une supervision par l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). »[65] (Hermès, n°3, volume 2, 2002, p.11). C'est donc en réalité l'ICANN qui conditionne toutes ces sociétés à travers lesquels ces portails ont été hébergés et donc qui peut effectuer une action sur ces noms de domaines. Créée en 1998, l'ICANN, qui est une association privée à but non lucratif, coordonne le *software* d'Internet. Il repose sur trois piliers principaux que sont *« le système de noms de domaines (DNS), l'allocation des adresses IP par des registres régionaux et le consortium des 13 serveurs de routage (...) »* (Ibidem). Il est donc clair que cette structure, non étatique, gère l'ensemble de l'architecture de l'Internet ; les États étant incapables de poser un acte sur le plan technique. Par exemple, aucun État ne peut décider de fermer lui seul un site avec des noms de domaines appartenant à des multinationales parce que ses activités ou son contenu, sont inappropriés. Dans les cas de la fermeture de ces sites avec des noms de domaines internationaux (.com, .net, .org), une procédure de requête aura été enclenchée. À l'évidence, la liberté de création d'un site en ligne et l'indépendance de celui-ci à l'égard de la législation nationale fait que qu'un contrôle ou une régulation coercitive sur le plan technique est quasiment impossible. Mais, en plus de l'aspect technique relatif à l'architecture de l'Internet, d'autres aspects mondialisés échappent aux régulations nationales. En plus de l'ICANN qui centralise la régulation technique, *« le droit des marques et celui de la propriété intellectuelle sont sous la compétence de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). Celui qui est lié aux infrastructures de communication est sous l'égide de l'Union internationale des télécommunications (IUT), celui des échanges relève de l'OMC. Et ce sont les droits nationaux qui s'appliquent pour la sécurité des données, la confidentialité et la liberté d'expression. »* (Ibidem, pp 12-13).

Au Sénégal, un processus a été entamé dès le début de ce siècle et bien avant pour prendre en compte le numérique dans les politiques de l'exécutif ainsi que dans la législation. La législation traditionnelle, qui prend en compte les professionnels de l'information et des instances de régulation classiques sera enrichie par un ensemble de lois relatives aux TICs et à l'Internet qui se consacrent entre autres à la cryptologie, à la cybercriminalité, aux données à caractère personnel, aux transactions électroniques, ou encore aux droits d'auteurs et aux droits voisins, mais aussi par la création d'une commission chargée de suivre le respect de cette législation.

[65] Massit-Follea, Françoise et Delmas, Richard. *La gouvernance d'Internet*. Hermès Science, 2002.

Est-ce que l'existence de cet ensemble de leviers sur lesquels les pouvoirs publics peuvent appuyer pour tenter de réguler les contenus des portails garantit pour autant cette régulation ? Les portails d'informations échappent-ils encore une fois à cette régulation ? Nous nous intéressons à ces aspects dans les prochaines lignes de notre travail.

2-3-2 Tentatives de régulation des contenus des portails :

- Cadre légal et régulation

Les portails d'informations s'inscrivent dans une dynamique où, dès les années 2000, les politiques sénégalaises ont commencé à se tourner vers les enjeux du numérique. Si d'abord, des discours futuristes ou utopistes seront développés, notamment par le Président de la république Me Abdoulaye Wade, les hommes politiques ne vont pas tarder à impulser des travaux de loi pour tenter d'encadrer cet environnement numérique qui connaît un boom. C'est ainsi qu'en 2008, la *Loi d'orientation sur la société de l'information « destinée à régir un domaine technologique particulièrement évolutif et à répondre aux attentes exigeantes des nombreux acteurs, aux intérêts souvent divergents »* (p.2 LOSI), va symboliser la prise en compte du numérique. Inspirée des conclusions des SMSI[66], cette loi a au moins pour mérite de poser les bases et de définir les orientations pour encadrer le développement du numérique. De ces initiatives des politiques publiques et de l'édiction de textes de lois pour accompagner l'émergence du numérique au Sénégal, trois lois, piliers de cette volonté politique, nous interpellent particulièrement :

- *La Loi n° 2008-08 du 25 janvier 2008 portant sur les transactions à caractère électronique ;*
- *La Loi n° 2008-11 du 25 janvier 2008 portant sur la Cybercriminalité ;*
- *La Loi n° 2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la Protection des données à caractère personnel.*

À ces deux lois qui portent spécifiquement sur le numérique, peut aussi s'ajouter la Loi n° 2008-09 du 25 Janvier 2008 sur le droit d'auteur et les droits voisins au Sénégal. Ces lois vont particulièrement énoncer un dispositif qui peut concerner l'activité des portails au Sénégal.

- *La Loi n° 2008-08 du 25 janvier 2008 portant sur les transactions à caractère électronique ;*

Cette loi peut concerner plus spécifiquement la publicité en ligne et la publication de données à des fins de transactions électroniques. Il s'agit donc *« de mise à disposition au public ou d'une*

[66] Sommets Mondiaux sur la société de l'Information. Un premier sommet s'est tenu en 2003 et un deuxième en 2005 respectivement à Tunis et à Genève

catégorie de public, par un procédé de communication électronique ou magnétique, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature ». À cet effet, cette loi, notamment dans son chapitre II portant sur la publicité par voie électronique, consacre les conditions de diffusion de messages publicitaires aux publics. Elles *« doivent pouvoir être identifiés de manière claire et non équivoque sur l'objet du courrier dès leur réception par leur destinataire, ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message. »*(Article 14). Il est également interdit de dissimuler l'identité de la personne pour qui la communication est faite mais aussi de diffuser des messages de prospection directe *« sans indiquer de coordonnées valables auxquelles le destinataire puisse utilement transmettre une demande tendant à obtenir que ces communications cessent sans frais autres que ceux liés à la transmission de celle-ci. »* (Article 16 alinéa 2). À travers leurs newsletters, les portails d'informations que nous avons observés respectent pour l'essentiel les dispositions contenues dans cette loi sur les transactions électroniques qui, par ailleurs a tendance à concerner un peu plus les portails évoluant dans le commerce électronique sur beaucoup d'aspects.

- *La Loi n° 2008-11 du 25 janvier 2008 portant sur la Cybercriminalité :*

La loi sur la cybercriminalité est sans doute celle, parmi les autres, qui fixe le plus les sanctions pénales risquées et encourues en cas de non-respect de règles édictées sur le commerce et les transactions électroniques, les données à caractère personnel, les droits d'auteurs etc. Cette loi comporte deux parties principales qui, pour la première, se rapporte au droit pénal substantiel et fixe les infractions, l'adaptation de certaines incriminations ainsi que les sanctions des cybercriminels des *TICs* ; la seconde, porte sur l' *« aménagement de la procédure classique »* mais aussi *« l'adoption d'une procédure spécifique aux infractions liées aux données à caractère personnel »* (p.2 Titre des motifs). Cette loi a donc pour particularité de fixer les procédures et modalités en renvoyant les infractions relevant de la cybercriminalité aux autres lois qui les condamnent. L'exemple de l'article 431-22 est assez illustratif. Au titre de cet article, on peut lire que *« quiconque aura procédé ou fait procéder à un traitement de données à caractère personnel par un moyen frauduleux, déloyal ou illicite sera puni d'un emprisonnement d'un (1) an à (7) ans et d'une amende de 500.000 francs à 10.000.000 francs ou de l'une de ces deux peines seulement »*. La loi sur la cybercriminalité cristallise donc toutes les potentielles sanctions qui peuvent concerner les portails et la diffusion de l'information en ligne.

- *La Loi n° 2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la Protection des données à caractère personnel.*

La loi sur la protection des données personnelles est l'élément central du dispositif mis en place pour l'encadrement du numérique. L'essentiel des infractions sont relatives aux données personnelles, aux modalités de leur traitement et de leur diffusion. Procédant d'abord à la définition des données personnelles avant d'acter la création d'une commission ad hoc sur le respect de ceux-ci à savoir la *CDP*, la loi couvre le vide relatif à leur traitement mais définit aussi leur traitement. Nous constatons que la loi sur les données personnelles reprend et adapte des principes valables pour l'information classique. Par exemple, pour le chapitre IV sur les droits conférés à la personne dont les données font l'objet d'un traitement (article 60 à article 69), les sections sur le droit à l'information, le droit d'accès, le droit d'opposition, le droit de rectification et de suppression, rejoignent des dispositions classiques tels que le droit de réponse pour la presse classique, contenu dans la *Loi relative aux organes de communication sociale aux professions de journaliste et de technicien* (Chapitre 3, 1996). Cette loi vient donc adapter et enrichir la législation sur l'information des filières classiques en intégrant des paramètres de l'information en ligne. Elle vise donc clairement une régulation des contenus diffusés en ligne.

- *Loi n° 2008-09 du 25 Janvier 2008 sur le droit d'auteur et les droits voisins*

Cette loi est un répondant des traités de l'*OMPI* ratifiés par le Sénégal, concernant la réglementation de la propriété intellectuelle. Au titre de l'article 6 qui dresse la liste énonciative des œuvres de l'esprit protégeables, nous avons en premier lieu, *« les œuvres du langage, qu'elles soient littéraires, scientifiques ou techniques, y compris les programmes d'ordinateurs, et qu'elles soient écrites ou orales »*. L'information en ligne ne devrait donc pas échapper à cette loi de prime abord. Mais plus loin, on peut lire que *3la protection du droit d'auteur prévue par la présente loi ne s'étend pas aux simples informations, et en particulier aux nouvelles du jour.* » (Art.11. Informations.). Ce qui signifie que les produits informationnels avec une courte durée de vie comme les dépêches reprises par les portails ne sont pas concernées. Par contre, un autre type de produits informationnels, intégrés dans ces portails avec des durées de vie plus long sont régis par les droits d'auteurs. Les droits de divulgation (article 28), le droit à la paternité (article 30), le droit de reproduction (article 35) ou encore le droit de distribution (article 36) peuvent ainsi interpeller l'information en ligne.

- Organes de régulation classiques et portails : une régulation indirecte ?

Les organes de régulation traditionnels au Sénégal sont le *CNRA* et l'*ARTP*, qui s'occupent respectivement de l'audiovisuel et des télécommunications. Du côté de l'*ARTP*, les activités de régulation se limitent plus aux aspects techniques, d'attributions des postes et de régulations du marché des télécommunications. En ce qui concerne les noms de domaine *« .sn »*, l'année 2011

marque un important changement. La *loi n°2011-01 du 24 février 2011*, portant Code des télécommunications, attribue en effet à l'*ARTP* la gestion du domaine « .sn » dans le cadre d'un comité qu'il pilote. *« Ainsi, l'ARTP est chargée de veiller à l'application de la réglementation de la gestion du domaine .sn »* (Rapport d'activité, 2011, p.47). Seulement, comme nous le voyons, le nom de domaine géré par l'*ARTP* est adopté par une infime minorité de sites, qui sont souvent institutionnels. Par exemple, les portails que nous étudions ont des noms de domaines *.net* et *.com*.

Le *CNRA* lui est beaucoup plus lié aux contenus diffusés par les portails d'information. En fait, les contenus audiovisuels repris par ces portails d'informations proviennent pour l'essentiel des médias audiovisuels. Les avertissements et mises en demeure du *CNRA* pour le retrait de certains contenus diffusés par ces médias parlent donc indirectement aux portails d'information. Cependant, la loi sur les transactions électroniques à son chapitre II concernant *les prestataires techniques de services au public utilisant les technologies de l'interne* permet aux portails de ne pas être poursuivis pour la transmission de cette information. L'alinéa 2 de l'article 3 énonce ainsi que: *« les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, par la mise à disposition au public des biens et services, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible. »*. Cet article dédouane les portails d'informations qui, font mention du fait que les contenus ne les engagent pas. En effet, ils utilisent cet article à leur guise pour se défendre, alors que la *« demande d'un destinataire »* mentionnée ne semble pas exister. C'est l'exemple de *Seneweb* qui l'exprime en ces termes : « *l'information disponible sur Seneweb.com provient de sources extérieures et leur exactitude n'est pas garantie par Seneweb.com ni par son éditeur SenewebNetworks. La consultation de Seneweb.com est proposée à ses utilisateurs à titre gratuit et sans aucune garantie de la part de SenewebNetworks. SenewebNetworks ne peut être tenu responsable des erreurs ou défauts qui pourraient exister dans seneweb.com ou d'aucunes pertes ou dommages découlant de ces défauts»*[67].

[67] Http://wap.seneweb.com/privacyterms.php.

- Irrégularités fréquentes dans la production et l'intermédiation des contenus des portails :

Les portails d'informations sont sujets à plusieurs irrégularités et dérives dans leur activité. Aussi bien pour des portails comme *leral.net* qui ont tendance à produire une partie de leurs produits informationnels que pour d'autres comme *Seneweb*, des irrégularités sont notées. Les efforts de législation dans ce domaine et la création de la *CDP* devraient répondre à ces dérives, dans une logique de régulation. À la lumière de notre observation des faits qui sont reprochés à ces portails d'information, nous en avons identifié trois principaux :

- Plaintes pour diffamation :

Comme les médias classiques, les portails d'informations sont très souvent poursuivis pour diffamation. Dans le cas de notre observation, nous avons constaté que *leral.net,* qui produit plus d'informations propres, se positionne souvent du côté des révélations, dossiers et enquêtes, en étant plusieurs fois poursuivi pour diffamation. Par exemple, le patron du *groupe Walfadjri*, M.Sidy Lamine Niass a porté plainte contre *Leral.net* en 2011 pour diffamation. C'est également le cas d'Abdoulaye Sylla, directeur d'entreprise, qui a intenté une action en justice, après qu'un dossier de *leral.net* ait fait état de sa mauvaise gestion. La quête de révélations pousse souvent ce portail à être poursuivi.

- Diffusion de contenus concernant des particuliers sans leur consentement :

À de maintes reprises affaires d'images de parties intimes d'une danseuses publiées, les portails d'informations ont repris et diffusé des images, vidéos ou enregistrements de scandales qui ont occupé l'actualité de l'information people au Sénégal. Ces publications, *via* leur site ou encore à travers leurs comptes sur les réseaux sociaux, ont justifié d'ailleurs des communiqués de la commission des données personnelles et une réaction vive du président de la république Macky Sall, le Vendredi 9 Décembre 2016, martelant que *« l'État prendra toutes ses responsabilités »* et que *« s'il faut réviser la loi, nous le ferons. Mais il y a de ces paroles et de ces images qui ne peuvent plus être diffusées* ». Ces scandales, qui se révèlent souvent au grand jour à travers des vidéos ayant fuité sur les réseaux sociaux, sont souvent repris par ces portails, qui, d'une part, sont protégés par l'article 3 de la loi sur les transactions électroniques. Ces délits sont sanctionnés lorsque le parquet s'en saisit du fait d'un caractère d'atteinte aux mœurs ou que les particuliers portent plaintes eux-mêmes.

- Reprise illégale de contenus d'autrui :

Si les portails d'informations travaillent majoritairement dans la reprise d'informations d'autres sites ou médias, un partenariat ou une autorisation est pour autant nécessaire. Cependant, les

éditeurs de contenus se plaignent que leurs contenus soient repris en toute illégalité par des portails sans autorisation ni contrepartie. Ceci a d'ailleurs déjà été la source de conflits entre sites d'informations. Entre le site *Dakaractu* et *leral.net,* des conflits naissant de la reprise des articles du premier par le second ont conduit à des articles de représailles et de tensions. On peut lire dans un article du 6 Janvier 2012 du site de *Dakaractu* qui visait l'administrateur du portail *leral.net* que *« nous l'avons sommé, à trois reprises, de désactiver des articles de Dakaractu qu'il a repris in extenso en changeant la signature par leral.net »*. Si des pratiques de reprise de contenus sans citations de sources sont existantes, les dispositions relatives aux droits d'auteur et droits voisins qui les prévoient s'en trouvent interpellées mais restent rarement soulevées à l'exception de quelques acteurs des médias classiques qui en sont victimes mais qui n'entreprennent pas d'ester en justice.

Nous résumons ces irrégularités concernant les contenus ainsi que les actions qui en ont résulté dans le tableau ci-dessous :

Irrégularité	**Loi consacrée**	**Organe de régulation**	**Action**
Diffamation	Code pénal, loi sur les transactions électroniques, loi sur la cybercriminalité, loi sur la protection des données personnelles	Pouvoir judiciaire	Plaintes-poursuites judiciaires
Diffusion de contenus sur des particuliers sans consentement	articles 33 et 34 de la loi n°2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la protection des données à caractère personnel	CDP	Communiqué
Diffusion de contenus obscènes	article 33 de la loi n°2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la protection des données à caractère personne	CDP	Communiqué
Reprise illégale de contenus	loi sur les droits d'auteurs et droits voisins	- SODAV (ex BSDA) pour produit culturels et artistiques	Sommation des auteurs-demande de retrait

Ce tableau est un résumé des irrégularités, ainsi que des dispositifs et lois qui peuvent servir à

les contraindre, nous permet d'avoir un aperçu sur les dérives des portails d'informations. Il ressort clairement que ces portails d'informations, du fait de leur activité qui est sujette à plusieurs dérives, ne peuvent point être contrôlés par la puissance publique. L'activité de régulation, suppose une capacité de contrôle, d'avertissement, ou même de coercition pour amener les acteurs à adopter les postures et comportements souhaités. D'ailleurs, *« le professeur Lawrence Lessig*[68] *a mis en avant les quatre modes de régulation classiques, règle, norme, marché et technique, selon une rhétorique des codes techniques de l'internet qui prend la forme d'une métaphore de la société ouverte et libérale »* (Massit-Foléa, Delmas, 2002, p. 13). Sur les plans techniques et au niveau du marché, les portails d'informations qui existent pour la plupart en ligne en ayant pas une existence légale au plan national, ne peuvent pas être régulés d'autant plus que leurs infrastructures techniques sont construits à partir de l'étranger pour la plupart. En ce qui concerne les règles et la norme, les puissances publiques ont initié un ensemble de lois visant à réguler l'environnement numérique. Cependant, en dépit des communiqués du *CDP*, aucun portail n'a été mis en demeure contrairement aux autres entreprises évoluant dans le numérique. Ceux-ci restent encore protégés par le fait que la plupart des informations illégales ne sont pas produits par eux. Dans les cas où ils les produisent, des poursuites judiciaires sont engagées contre ces portails qui ont déjà été sanctionnés à cet effet.

La régulation implique aussi la création d'organes dotés et habilités pour faire face aux dérives. La *Commission des données personnelles* reste encore impuissante face aux informations quelquefois relayées par les portails d'informations notamment à travers leurs pages *Facebook*. À la lumière de tous ces éléments, nous voyons clairement que ces portails d'informations n'existent pas dans un environnement de non droit certes mais, du fait de leurs caractéristiques, ne sont pas inquiétés dans les irrégularités qu'ils commettent dans la diffusion des informations.

Cette première partie de notre travail nous a permis de dresser un tableau synoptique des régulations en Afrique de l'Ouest Francophone et des pratiques des portails d'informations. Dans un premier temps, l'archéologie des organes de régulations, à travers leurs contexte de naissance, leurs évolutions au gré des conjonctures économiques, politiques, et sociales aboutit à la connaissance et à la compréhension de leur structure actuelle, qui, semble-t-il, n'a pas évolué au même rythme que le développement des médias qui, eux aussi, se sont développés différemment à partir des innovations techniques. Les puissances publiques, et les organes de régulation qui en émanent, même étant des *AAI*, paraissent dépassés par le boom de

[68] Lessig, Lawrence. *Code and other laws of cyberspace*, Basic Books, 1999

l'audiovisuel et encore plus du spectre de l'information en ligne qui se développe avec une célérité inouïe. Ce développement de l'information en ligne nous a conduits à une analyse diachronique de l'information en ligne et des portails d'informations en second lieu. Sur le plan théorique qui, pour l'analyse, prend en compte l'évolution des écoles, l'industrie culturelle dans la tradition de *l'École de Francfort* a connu des transformations conceptuelles pour se voir substituée par la théorie des industries culturelles de l'information et de la communication. Ces industries, où l'on retrouve les portails d'informations, répondent à des logiques, s'inscrivent dans des modèles selon des formulations théoriques qui caractérisent leur définition. Ce retour dans les univers conceptuels et théoriques, éclaircit les enjeux qui guident les actions des portails d'informations. Nés à la fin du XXe et au début du XXIe siècle, ces derniers ont connu une forte croissance. Au Sénégal, ce n'est qu'en 2008 que la régulation va se tourner vers le numérique avec des lois mais aussi la création d'une commission des données personnelles. Malgré cette légifération et la création de cette structure, les portails d'information s'adonnent encore à des dérives surtout à travers la publication d'images, de sons ou de vidéos de personnes sans leur consentement mais aussi la diffusion de contenus obscènes. Ils ne sont cependant pas inquiétés si ce n'est les communiqués publiés ladite Commission. Dans cette perspective, les dérives ont poussé le président de la république du Sénégal à s'exprimer en faveur d'un durcissement de la législation pour la protection des données personnelles. À l'heure actuelle, les organes de régulation d'ordre publics et étatiques ne peuvent donc pas réguler les pratiques des organes de régulation d'autant plus qu'au plan technique aucun Etat ne peut le faire. L'ICANN qui régule le *software* d'Internet est une structure elle-même privée.

Nous retenons de cette première partie que la régulation, relevant de plusieurs paramètres allant de la technique à la loi, semble être ineffective. Les enjeux que posent les convergences à travers notamment la reprise des contenus des radios et des télévisions par les portails paraissent échapper à tous organes de régulations puisqu'ils concernent en même temps tous ces organes de régulation. Un problème de cohérence, d'articulation et coordination se pose donc, rendant le contrôle des médias multimédias encore plus difficiles. Néanmoins, si l'information en ligne semble être incontrôlable, elle n'est pas seulement le fait des émetteurs classiques. Ceux-ci ne sont plus les seuls producteurs ou diffuseurs d'information mais sont des acteurs parmi tant d'autres. Les récepteurs, sont devenus des piliers essentiels dans la chaîne informationnelle. De plus, les médiateurs de l'information que sont les journalistes suivent des règles éthiques et déontologiques qui devraient aussi avoir un impact dans leurs pratiques. Pouvons-nous envisager, autrement que la régulation classique, des pratiques d'autorégulation ou de

corégulation des portails et de l'information en ligne de manière générale ? La recherche d'éléments de réponse à cette question constituera le nœud central de la seconde partie de notre mémoire.

Partie 2 : Jeux d’acteurs de l’information en ligne : autorégulation ou participation régulatrice des internautes

Les enjeux de la régulation des médias, qu'ils soient traditionnels ou numériques, sont multiples et multiformes. Comme nous l'avons vu dans la première partie, les canaux d'information en ligne englobent des aspects économiques et politiques mais aussi appellent à des possibilités de contrôles technique et juridique pour assurer leur régulation efficiente. Les puissances publiques en Afrique de l'Ouest Francophone, qui ont mis sur pied des organes de régulation, y compris des instances ou commissions chargées de prendre en charge les dérives du numérique, demeurent cependant quelque peu aux abois face à cette bulle dont les contours sont difficiles à cerner. Un ensemble de dispositifs juridiques sont en train d'être mis en place à cet effet, à l'instar des lois de 2008 au Sénégal. En outre, dans ce même pays, le nouveau *Code de la presse*, devant être adopté par l'Assemblée nationale Sénégalaise, est toujours en proie à des réticences à cause des dispositions sur la dépénalisaton des délits de presse. Ledit code, prévoit prend en compte l'information en ligne ainsi que les modalités de sa réglementation. Aujourd'hui, les acteurs de l'information en ligne, insuffisamment régis ou pris en compte par la législation ainsi que l'architecture institutionnelle qui leur est dédiée, sont en proie à des dérives de plus en plus conséquentes. Néanmoins, les i*nstances d'autorégulation ou tribunaux de pairs* (Agbobli, Loum, 2016) jouent très souvent le rôle d'adjuvant moral au sein de la fonction journalistique. Dans des perspectives plus solitaires d'autorégulation ou en étroite collaboration avec l'Etat, des organisations corporatistes, syndicaux font très souvent respecter les codes d'éthique et de déontologie. Si au niveau des médias traditionnels ces structures existaient en Afrique Francophone, en atteste l'exemple du *Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie* (Cred) au Sénégal, qu'en est-il de l'information en ligne dont les portails sont partie intégrante ? Si elles existent, quelle est l'organisation, la composition et le fonctionnement de ce tribunal des pairs 2.0 ? Quel rôle jouent-ils dans la lutte contre les dérives des acteurs de l'information en ligne ? Ces questions se résument donc aux jeux des acteurs de l'information en ligne dans la régulation de l'information en ligne. Dans ce sillage, peut-on parler d'autorégulation ou de corégulation? (Chapitre III)

Les acteurs de l'information en ligne, cependant, ne sont plus seulement les journalistes. En ligne, les *médianautes* (Joannès, 2007) jouent un rôle important et actif aussi bien dans la production en produisant aussi, dans la diffusion par leurs pratiques de recommandations et d'intermédiation, et dans la réception à travers leurs formes de réactions. Par leur participation active dans la boucle de l'information en ligne, ces *médianautes* peuvent aussi jouer un rôle dans les ajustements et négociations qui peuvent avoir cours au sein du spectre de l'information en ligne. D'où l'étude des prescriptions, commentaires et contributions de ces, tantôt émetteurs,

tantôt récepteurs, tantôt appréciateurs de l'information diffusée par les portails (Chapitre IV) à travers les résultats d'un questionnaire administré à cent (100) internautes. Cette seconde partie déplace donc la loupe avec laquelle les pratiques de régulation sont observées, des régulateurs classiques vers les acteurs qui y gravitent eux même afin de tenter d'explorer des éléments susceptibles de jouer un rôle dans l'équilibre de cet univers complexe de l'information en ligne.

Chapitre 3 : Jeux d'acteurs dans la régulation de l'information en ligne : Autorégulation ou corégulation?

Ce chapitre présente les stratégies déployées par les acteurs de l'information en ligne au Sénégal pour veiller à ce que leur domaine respecte un certain nombre de normes éthiques et déontologiques propres à la fonction journalistique. Ces normes se faisant respecter soit par la régulation étatique, soit à l'initiative des acteurs, méritent un éclairage conceptuel. Nous nous attachons donc, en premier lieu, à un retour conceptuel sur l'autorégulation et de la corégulation afin de les distinguer et d'inscrire les jeux d'acteurs dans les concepts qu'ils interpellent.

Si les supports diffèrent, les normes et valeurs morales sont cependant les mêmes. Ainsi, les acteurs de l'information en ligne, se sont constitués en structures qui s'auto organisent et érigent des barrières à l'entrée, mais aussi collaborent avec l'État pour réfléchir sur les modalités d'amélioration des pratiques. Des initiatives de types coercitives, collaboratives ou encore éducatives sont prises par ces acteurs pour inviter leurs pairs à éviter les dérives, à mettre fin aux irrégularités. Ces pratiques semblent être héritées d'organes de la presse classique qui disposaient eux aussi d'un tribunal des pairs, constituant ainsi un continuum de cette autorégulation préexistante mais pouvant s'en différencier. Nous étudions dans la première section de ce chapitre la définition, les leviers et les implications des jeux d'acteurs afin de mesurer le rôle de ceux-ci dans la régulation des contenus. Dans cette perspective, nous entrevoyons, en second lieu, une approche des stratégies corporatistes de ces *organes d'autorégulation* parce qu'il n'en existe pas un seul, ainsi que leurs relations respectives avec l'État et les organes de régulation classiques. Au Sénégal, nous comptons au moins deux organes d'autorégulation des acteurs de l'information en ligne qui fonctionnent chacun séparément et différemment. Quels sont leurs rôles, impacts et légitimité ? Nous analysons les actions et activités de ces organes de régulation afin de mieux comprendre et entrevoir leur place dans la régulation des contenus diffusés par les portails d'informations.

Ce premier chapitre présente un aperçu exhaustif des pratiques d'autorégulation ou de co-régulation auxquelles s'adonnent les professionnels de l'information en ligne. Ceci, afin de voir si celles-ci impactent positivement les contenus.

3-1 Autorégulation ou corégulation de l'information en ligne en Afrique de l'Ouest Francophone ?

3-1-1 Retour sur les concepts d'autorégulation et de corégulation

Les concepts d'autorégulation et de corégulation des médias ont longtemps été usités dans les Sciences de l'Information et de la Communication pour qualifier des phénomènes observables dans les environnements médiatiques. Cependant, les différences de conception, de culture démocratique, et de réalités aux niveaux locaux traduisent autant d'autorégulations et de corégulations que de contextes. En 1999, lors du sommet mondial des régulateurs à laquelle plus d'une soixantaine d'organismes de toutes les régions du monde ont participé, des points d'achoppement certains étaient notés. *« Si, pour certains (Canada...), l'autorégulation semblait acquise, elle devait s'accompagner de l'éducation des parents. Pour d'autres (Liban, Burkina Faso, Italie...), position maximaliste, la réglementation devait se situer à plusieurs niveaux qui s'emboîtent : au niveau international d'abord, des règles générales ; au niveau national, ensuite et en accord avec le premier, leur spécification. Les partisans de la corégulation (Australie) proposaient le développement de codes de bonne conduite en partenariat et en accord avec l'Australian Broadcasting Authority.* » (Massit-Folléa, & Delmas, 2002, pp.26) Sans vouloir mettre tout le monde d'accord, il semble assez évident que l'internet vivra de *multirégulation* ou d'une *régulation plurielle*, soulignait M. Vivant dans sa synthèse, tout en notant qu'au vu des inégalités présentes-notamment dans l'accès à l'internet- *« entre le fort et le faible, c'est la loi qui libère et la liberté qui opprime »* (Lacordaire). Quant à la corégulation, le concept en lui-même exige clarification, car si, pour les uns, il suppose que l'autorégulation ne soit envisagée que sous la responsabilité de l'autorité publique, pour d'autres, il implique l'application stricte du principe de subsidiarité. M. Vivant suggérait de la penser comme *« l'institution de structures de concertation et de dialogue entre acteurs privés et publics de l'internet.*» (Massit-Folléa, & Delmas, 2002, pp.26-27). Tous ces points de divergence qui résultent de la vision maximaliste, normativiste ou plus mesurée des uns et des autres, reflètent la difficulté de définir ces termes en dehors des contextes dans lesquels ils sont étudiés.

L'autorégulation se rapporte à l'édiction de valeurs morales, individuelles c'est à dire de l'ordre de l'éthique et collectives c'est-à-dire relatives à la déontologie, en vue d'établir des pratiques de bonnes conduites et d'assainir ladite profession. Ces règles de bonnes conduite ont pour soubassement des *« principes moraux qui sont les piliers normatifs du journalisme :a) le service de l'intérêt public et le respect de la vie privée, b) la recherche et la diffusion de la vérité, c) la rigueur et l'exactitude, d) l'impartialité, e) l'équité et f) l'intégrité. (Bernier 2004). »* (*Bernier,*

2009, p.2)[69]. Toutefois, il faut dire que les mécanismes par lesquels les professionnels assainissent leur profession diffèrent d'un organe, d'un contexte à un autre. Dans cette optique, Bernier (2009) invite à différencier l'autorégulation *« liée à la prescription et la proscription normatives qui fixent les responsabilités de la presse et des journalistes »* de l'imputabilité, *« lieu de la reddition de comptes et de l'évaluation critique »* (Bernier, 2009, p.2,). Pour cet auteur, l'imputabilité des entreprises de presse est une affaire des *ombudsmen,* les médiateurs de presse à qui les citoyens adressent leurs plaintes et qui se chargent de veiller à la bonne conduite de leurs médias ; l'autorégulation elle restant l'affaire des organes corporatistes constitués. Dans le contexte de l'Afrique de l'Ouest Francophone, le principe des médiateurs de presse n'est pas d'actualité. Les organes d'autorégulation se saisissent souvent des dérives à défaut de poursuites judiciaires engagées par les lésés ou l'usage des droits de rectification ou de réponse. Le tribunal des pairs dispose également, pour les adhérents qui y ont souscrits volontairement, de pouvoirs de sanctions (Exemple : Règlement intérieur Cored, Article 26 Titre VII). Le modèle d'autorégulation est donc tantôt conciliant et négociateur (en jouant un rôle d'ombudsmen), tantôt relevant de l'autodiscipline avec une échelle de sanctions. Seulement les journalistes peuvent tout simplement décider de ne pas en faire partie.

En ce qui concerne la corégulation, elle est intrinsèquement liée aux processus d'autorégulation. La corégulation peut se faire à l'initiative de l'État ou des organes d'autorégulation. Si pour Palzer la corégulation *« comporte à la fois des éléments de réglementation traditionnellement liés au niveau public (2003a, 4), il distingue également deux approches à propos de la corégulation que sont : l' « initial approach » et le « bottom to top approach ». « Dans le premier cas, ce sont les autorités qui réglementent, en fonction des objectifs et des méthodes de contrôle dont l'exécution est laissée aux acteurs, ceux-ci pouvant même être des groupes de la société civile » (2003a, 8).* Ce cas d'espèce allie hétérorégulation et autocontrôle. Dans le second cas, les : *« règles non contraignantes seraient négociées par les acteurs privés puis transformées par l'autorité souveraine en la matière en règles contraignantes. De la même manière, les autorités publiques seraient en mesure de sanctionner le non-respect des conventions conclues au niveau privé sans pour autant donner à ces conventions l'effet contraignant de règles juridiques »*[70] (2003a, 5)." (Palzer cité par Bernier, 2009, p.7). Cette

[69] Bernier, M. F. (2009). *Au-delà des mythes et limites de l'autorégulation: la corégulation démocratique*, Communication au colloque international Déontologie de l'Information dans un monde arabe en mutation. Tunis, 23 et 24 avril 2009.

corégulation se construit sur un mode d'autorégulation qui autorise l'Etat à agir en cas de d'incapacité de la structure regroupant les professionnels de le faire.

Le Conseil économique et social européen (CESE), à propos de la corégulation, déclare que les pouvoirs publics *« peuvent décider d'intervenir pour appuyer une autorégulation, voire même (sic) la rendre obligatoire en la transformant en un instrument juridique contraignant. Il s'agit alors d'une corégulation législative "ex post", avec des dispositions législatives tirant les conséquences d'une autorégulation, alors que la corégulation est généralement une autorégulation socioprofessionnelle qui tire les conséquences d'une disposition législative cadre "ex ante" »* (*CESE*, 2005, 21). Il est donc clair que, comme l'indique le préfixe *co*, la corégulation est un principe de collaboration entre les pouvoirs publics et un organe professionnel. Cette collaboration peut emprunter plusieurs des formats différents. In fine, ce qu'il faut retenir de l'autorégulation et de la corégulation, c'est qu'elles sont moins contraignantes que la régulation classique et donnent au moins la prérogative aux organisations professionnelles. Il s'agirait donc de *« passer d'une régulation centralisée et prescriptive à une co-régulation et à une auto-régulation décentralisée qui favoriserait la confiance entre acteurs*[71] (Curien, 2011). » (Chartron, Moreau, 2011, p.7). L'autorégulation n'exclut donc pas la corégulation mais cohabite avec elle.

3-1-2 Autorégulation ou corégulation de l'information en ligne

Le retour que nous avons effectué sur l'autorégulation et la corégulation permettent de les distinguer et d'avoir un éclairage sur leurs fonctions respectives. En Afrique de l'Ouest Francophone, il semble qu'aussi bien l'autorégulation que la co-régulation sont utilisées. L'autorégulation, qui existait déjà avec la presse classique continue toujours avec l'information en ligne. Au Sénégal et en Côte d'Ivoire, des organes d'autorégulation de l'information en ligne ont été créés, en plus des organes d'autorégulation traditionnels. La *REPPRELCI* ou l'*APPEL* sont des organes de d'autorégulation qui se spécifient uniquement à l'information en ligne. En Côte d'Ivoire, la *REPPRELCI* a déjà institué un *Observatoire des médias numérique de Côte d'Ivoire* (*OMENCI*) qui travaille déjà sur la labellisation des sites d'informations ivoiriens. Celle-ci se fait selon trois couleurs différentes que sont l'orange, le vert et le bleu. *« D'abord, l'Orange s'obtient après une déclaration auprès du Réseau des Professionnels de la Presse en Ligne de Côte d'Ivoire (REPPRELCI) attestant que la publication répond aux exigences des lois et règlements en vigueur sur la création d'un organe de presse en ligne. Ensuite, le Vert*

[71] Chartron, G., & Moreau, F. (2011). *Culture-medias & numérique* (Doctoral dissertation, ANR).p.7

est obtenu après deux années d'exercice au cours desquelles le titre concerné n'a pas fait l'objet de plus de huit sanctions en moyenne par mois. Puis, le Bleu se décerne trois ans plus tard sous réserve de ne pas commettre également en moyenne plus de huit fautes mensuellement. » (Kone, 2016, p.45). Lorsque les sites commettent des fautes, l'*OMENCI* se réserve le droit de prononcer des sanctions, sachant que ces fautes constituent également des éléments de blocage à la labellisation. Dans ce pays, l'autorégulation prend la forme de la labellisation qui incite donc tous les acteurs à adopter de bonnes pratiques. Au Sénégal, c'est aussi sous forme de barrière à l'entrée que l'instance d'autorégulation en ligne, l'*APPEL*, commence déjà son autorégulation. Ainsi, un formulaire est à remplir sur le site de l'organe, qui ensuite, se charge de l'étude des soumissions et d'accepter ou de rejeter les demandes. L'*APPEL* dispose, en outre, d'un *mailing-list,* mais aussi publie des avis sur les dérives qu'elle note et qui sont commises par ses membres. Elle a d'ailleurs eu à exclure des membres, déclare en substance son président Ibrahima Lissa Faye (émission 2s Tv). Ces organes constitués, tentent donc sans nul doute de d'assainir leur secteur, et de veiller aux bonnes pratiques dans leur profession. D'ailleurs, ils projettent de créer, à l'image de la plateforme des régulateurs, une structure parallèle avec un texte qui porte sur la déontologie de la presse en ligne. *« La rencontre de Dakar préconisait, en octobre 2014, la création d'une instance sous régionale francophone d'autorégulation de la presse en ligne. Les discussions avaient abouti à la proposition d'une charte des journalistes de la presse en ligne du Sénégal applicable dans les autres pays pour donner corps à l'autorégulation normative. » (Ibidem, p.45).* Une autorégulation des professionnels de l'information en ligne semblent donc être en cours.

Quant à la co-régulation, elle a été une démarche très rapidement initiée conjointement par les acteurs et les Etats. Seulement, nous constatons que la corégulation, est ponctuelle en ce qui concerne la régulation des médias traditionnels. Les périodes électorales sont, en effet, les moments où les instances de régulation et d'autorégulation discutent et s'accordent sur la nécessité de respecter et de faire respecter les règles (par exemple : temps d'antenne, équité des candidats etc.). Cette corégulation est efficace car elle *« permet de combiner une application de la loi, voire une forme de répression »*[72] à une démarche pédagogique. (Aw op.cit., 61). En Côte d'Ivoire, nous avons affaire à une forme de *corégulation ex post* lors des échéances électorales. En effet, *« en termes législatifs, l'OLPED, organe d'autorégulation, est tenu*

[72] Eugénie R. Aw, « La déontologie à l'épreuve des médias, de quelques cas en Afrique de l'ouest francophone », *Éthique publique* [En ligne], vol. 15, n° 1 | 2013, mis en ligne le 02 septembre 2013, consulté le 22 avril 2017. URL : http://ethiquepublique.revues.org/1058 ; DOI : 10.4000/ethiquepublique.1058

d'appliquer les prérogatives et attributions de la régulation. Il y a donc confusion entre le rôle des différentes instances, et l'OLPED risque de voir son rôle évacué. Ce qui est une contradiction par rapport à la corégulation. » (Ibidem, Prg 62). En réalité, cette forme de *corégulation ex post* laisse moins de marge de manœuvre aux organes de d'autorégulation et est à l'opposé des pratiques au Bénin où *« dans le cadre des scrutins présidentiel et législatif de 2011, l'organe a suivi 98 quotidiens, 58 périodiques, 73 radios et une demi-douzaine de télévisions et qu'il a dû mettre en place un comité des élections. Ce comité de vigilance chargé de la veille et du contrôle a fait prononcer une vingtaine de sanctions contre les médias toutes catégories confondues. » (Ibidem, Prg 63).* L'ODEM surveillait donc, elle-même, les élections et épinglait les médias qui ne s'accommodent pas de bonnes pratiques. Par ailleurs, *« des cas de violation ont été constatés et instruits par l'autorégulateur qui en a saisi l'instance de régulation. La décision de condamnation prise par la HAAC à l'issue de cette procédure avait une grande force exécutoire »*[73] (Ibidem, Prg 65). Dans d'autres pays en Afrique de l'Ouest Francophone comme le Niger et le Togo, les instances d'autorégulation *« sont contraintes à la corégulation par la loi. L'instance de régulation doit requérir l'avis de l'Observatoire nigérien des médias avant toute condamnation de journaliste. »* Cette dernière forme de corégulation *ex ante,* semble être la plus adoptée par les organisations d'autorégulation de la presse en ligne. Ces dernières basent en effet leurs interdits sur les codes d'éthique et de déontologie journalistiques, mais aussi de la législation qui a été mis en place dans leur domaine par leur pays. En outre, aussi bien la *REPPRELCI* que *l'APPEL,* ont entrepris leurs chantiers via des partenariats avec les pouvoirs publics ou leurs démembrements.

Du côté de la *REPPRELCI,* les activités organisées allant des ateliers de formation aux séminaires en passant par le Prix Samba Koné du meilleur web rédaction en Côte d'Ivoire ou encore le recensement des médias numériques est organisé avec une collaboration de la *HACA* et le *CNP*. Cette collaboration ne signifie pas pour autant qu'il s'agisse d'une autorégulation mais signe le début d'une corégulation avec un organe d'autorégulation plus actif et offensif par rapport à l'organe de régulation classique de la presse.

Concernant, l'*APPEL,* il joue un rôle actif dans les discussions concernant le nouveau code de la presse qui réserve une place importante à l'information en ligne. En outre, ses ateliers et séminaires voient la participation de l'*ARTP*, de l'*ADIE,* de députés ainsi que des représentants du gouvernement. De son côté, un autre organe d'autorégulation créé au Sénégal, l'*ANPELS,*

[73] *Dialogue régional des instances de régulation et d'au-torégulation sur l'accompagnement des médias en période électorale,* Cotonou en République du Bénin, les 10 et 11 novembre 2011.

collabore avec le *CDP* dans le cadre de ses activités. Toutefois, l'organe d'autorégulation la plus importante qu'est l'*APPEL* joue son rôle et s'ouvre à l'Etat ainsi qu'à ses démembrements, mais ne s'inscrit pas dans une logique complète de corégulation.

Au stade où elle est, l'architecture des organisations corporatistes des professionnels de l'information en ligne reste dans une logique d'autorégulation avec cependant des ouvertures à la puissance publique. Des perspectives de corégulation se dessinent déjà avec les prochaines lois, élections ou encore structures convergentes, qui sont pensés et pourraient être matérialisés.

En Afrique subsaharienne de manière générale, une longue tradition d'autorégulation s'est instaurée depuis le début des années 1990. Domitille Duplat a établi un tableau de l'essentiel de ces organes d'autorégulation que nous reprenons ci-dessous :

Les instances de régulation des médias en Afrique subsaharienne

Pays	Instance d'autorégulation	Sigle	Date de création
Afrique du Sud	Broadcasting Complaints Commission of South Africa-Founding bodies committee	BCCSA FBC	1993 1997
Bénin	Observatoire de la déontologie et de l'éthique des médias	Odem	Octobre 1998
Burkina Faso	Observatoire national de la presse	Onap	Avril 2000
Congo-Brazzaville	Observatoire congolais des médias	OCM	Février 2002
Côte d'Ivoire	Observatoire de la liberté de la presse, de l'éthique et de la déontologie	Olped	24 Sept 1995
Ghana	Ethics Committee of the GJA		1994
Guinée	Observatoire guinéen de la déontologie et de l'éthique dans les médias	Oguidem	Septembre 2001
Kenya	Kenya Media Council		3 Juin 2002
Mali	Observatoire pour la déontologie et l'éthique de la presse	Odep	Novembre 2000
Mauritanie	Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie	Cred	4 Mai 2001

Niger	Centre indépendant des médias et de la déontologie	Cimed	16 Avril 1999
République centrafricaine	Observatoire de la liberté de la presse en Centrafrique	OLPCA	2002
Sénégal	Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie	Cred	3 Mai 1999
Tanzanie	Tanzania Media council	MC	1995
Togo	Observatoire togolais des médias	OTM	5 Novembre 1999

Tableau réalisé par Domitille Duplat[74]

3-1-3 L'autorégulation de l'information en ligne, un continuum de l'autorégulation classique ?

Les organes de régulation ne sont pas les seules instances qui sont nées de la libéralisation des espaces médiatiques en Afrique de l'Ouest Francophone. En effet, si les Etats ont ouvert pour la plupart leur environnement médiatique, mettant ainsi fin au monolithisme qui préexistait avant les années 1990, beaucoup d'entre eux vont cependant s'ouvrir au pluralisme en restant en même temps intransigeants quant aux dérives médiatiques qui pourraient interpeller l'autorité publique. Cette dernière a souvent abusé de la législation pour restreindre la liberté de la presse en sanctionnant sévèrement les concernés. De plus, la presse, en connaissant des dérives de journalistes corrompus ou déviants en son sein, ne dispose pas d'une bonne image auprès de la société. En réaction à ce double jugement de l'Etat et de l'opinion publique, les journalistes se mobilisent dans des cadres d'autorégulation afin de protéger la liberté de la presse et d'assainir leur secteur d'activité. Dans cette perspective, des « tribunaux de pairs » tels que l'*Observatoire Burkinabé des Médias* (OBM, 1992), l'*Observatoire de la Liberté de la Presse, de l'Éthique et de la Déontologie de la Côte d'Ivoire* (OLPED, 1995), l'*Observatoire de la Déontologie et de l'Éthique dans les Médias* (ODEM, 1998) du Bénin, le *Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie* (Cred, 1998, devenu Cored) ou encore l'*Observatoire Togolais des Médias* (OTM, 1999) sont créés dans un objectif de sauvegarde de la profession et de protection des journalistes. Eugène R. Aw, l'illustre bien en citant son entretien avec *« Mbaye Sidi Mbaye, enseignant au Centre d'études des sciences et techniques de l'information et ancien porte-parole d'une première structure d'autorégulation du Sénégal, le CRED »*

[74] Duplat, D. (2002). *Liberté de la presse, responsabilité des médias, l'Afrique sur la voie de l'autorégulation*. Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques. p.31

(Ibidem, Prg 56). Celui-ci dit à propos de l'autorégulation que *« la presse s'autorégule pour se protéger individuellement et collectivement de la loi, mais aussi du doute pouvant mener à un rejet de la société. La profession du journaliste obéit à des règles universelles qui rassurent et protègent le citoyen, la société. Ces règles balisent la pratique professionnelle, et leur maîtrise doit être obligatoire pour qui veut exercer ce métier. »*[75] Nous comprenons donc aisément que la presse, consciente des menaces qui pèsent sur elle, a voulu prendre les devants à travers des « tribunaux de pairs » qui prennent les devants en s'autosaisissant ou en étant saisis par les citoyens.

Cependant, les organes de régulation des médias, rencontrent d'énormes difficultés pour se faire reconnaître et faire autorité au sein de la profession journalistique. Tantôt contestés, tantôt en léthargie du fait d'un manque de temps et de problèmes d'organisation structurels, ou encore touchés par les stratégies de médias déviants qui se refusent et leurs employés journalistes à ne pas y adhérer, ces organes d'autorégulation connaissent d'énormes difficultés, et en arrivent même à disparaître quelquefois. En prenant l'exemple Sénégalais, Ndiaga Loum pense qu' *« en réalité, le CRED n'a pas échappé à la tare congénitale qui affecte l'ensemble des organes de régulation interne : c'est la contradiction entre l'imposition d'une autorité portée par une initiative privée (généralement les syndicats ou associations professionnelles) et la liberté d'association qui a des racines constitutionnelles. Comme le journaliste est libre de se syndiquer ou non au nom de principe de liberté constitutionnelle, il peut aussi naturellement refuser de reconnaître une autorité mise en place par un syndicat auquel il est libre d'adhérer ou non. »* (Loum, Agbobli, 2016, p.44). Les organes d'autorégulation souffrent donc d'un manque de légitimité et de reconnaissance dans la plupart des pays d'Afrique l'Ouest Francophone. Ce qui les pousse à s'engager dans des missions de dialogue social, jouant ainsi le rôle des syndicats, pour asseoir leur légitimité et être mieux écoutés des médias. Le directeur exécutif du Cored, Souleymane Niang, note néanmoins que l'organe *« s'est attribué une mission de dialogue social visant à régler les conflits entre employés et employeurs au niveau des médias »*[76], doublant ainsi le travail du *Syndicat des professionnels de l'information et de la communication sociale*, le *SYNPICS*. (Aw, Prg 60). Le *Cred* qui est devenu le *CORED* en 2009, a également tenté de brandir le bâton à côté de la carotte en inscrivant notamment dans

[75] Eugénie R. Aw , « La déontologie à l'épreuve des médias, de quelques cas en Afrique de l'ouest francophone », *Éthique publique* [En ligne], vol. 15, n° 1 | 2013, mis en ligne le 02 septembre 2013, consulté le 24 avril 2017. URL : http://ethiquepublique.revues.org/1058 ; DOI : 10.4000/ethiquepublique.1058

[76]Actes du dialogue régional des instances de régu-lation et d'autorégulation sur l'accompagnement des médias en période électorale, Cotonou, 2011 : 29

ses statuts et son règlement intérieur des dispositions faisant état de sanctions. Au titre VII de son règlement intérieur, à l'article 26, on y note : « *Le manquement par un journaliste ou technicien de la communication sociale, à ses obligations en matière d'éthique et de déontologie dans l'exercice de son métier, entraîne, en fonction de la gravité des griefs, un avertissement, un blâme, une suspension. Le Cored peut également proposer le retrait provisoire ou définitif de la carte nationale de presse par l'autorité l'ayant délivrée* ». (Loum, Agbobli, 2016, p.p. 44-45). Néanmoins, si le Cored renaît de ses cendres au Sénégal en se renouvelant, elle garde ses défauts et ne dispose pas d'une grande force. Par exemple, aux élections de 2012, le *Cored* s'est illustré par son absence alors qu'à l'inverse, au Togo, l'*OTM* a annoncé le *monitoring spécial* élection présidentielle 2015 et a effectué une tournée pour visiter plus de 160 médias. Le contraste entre ces deux organes de régulation est celui qui est constaté en Afrique de l'Ouest Francophone. Des contrastes existent donc entre des organes d'autorégulations actives et d'autres en léthargie, entre des organes le plus souvent souffrant d'un manque de légitimité, et d'autres qui sont plus reconnus.

Ces organes d'autorégulation peinent déjà à se faire reconnaître, dans le cas du Sénégal par certains acteurs. Dans d'autres cas, les organes d'autorégulation, suffisamment reconnus et couvrant le domaine, s'étendent à la presse en ligne en épinglant les mauvais acteurs. L'Observatoire Togolais des médias, dans son rapport de 2015 (OTM, 2015, p.20) cite nommément pas moins de 10 sites Web, acteurs de l'information en ligne en condamnant fermement leurs dérives, appelant ainsi à l'adaptation des organes de régulation pour les prendre en compte. *« Ces sites ont avancé des affirmations sans fondements ni justification, ont présenté des titres insultants, ou ont donné des informations inexactes. La régulation de ces nouveaux sites dits d'informations générales présente de nouveaux défis que les organes de régulation doivent relever en adaptant aussi bien leurs procédures de fonctionnement que leurs règles d'intervention. »* (Loum, Agbobli, 2016, p.46). Dans les pays où l'information en ligne est la plus développée dans la sous-région tels que le Sénégal ou encore la Côte d'Ivoire, une rupture nette est opérée entre les organes d'autorégulation de la presse traditionnelle et ceux, récemment mis en place, d'autorégulation de l'information en ligne. Les principes éthiques et déontologiques restent les mêmes, les journalistes qui travaillent dans les rédactions en ligne qui se professionnalisent de mieux en mieux sont les mêmes, mais les procédés semblent être différents. De plus, les nouveaux organes de régulation de la presse en ligne, du fait de leur caractère nouveau, font montre d'un certain dynamisme à travers des rencontres organisées et des initiatives prises. Le *Réseau des Professionnels de la Presse en Ligne de Côte d'Ivoire*

(REPPRELCI) et l'*Association des Professionnels de la Presse en* ligne (APPEL) au Sénégal promeuvent les mêmes valeurs éthiques et déontologiques que les organes de régulation classiques mais s'en différencient par les pratiques d'autorégulation initiées comme nous l'avons vu.

3-2 L'autorégulation de l'information en ligne au Sénégal : entre efficacité et incohérence

3-2-1 APPEL ET ANPELS : Des stratégies corporatistes à la place de l'autorégulation ?

Les professionnels de l'information en ligne qui évoluent dans un spectre où l'obtention d'une licence ou d'une fréquence n'est point nécessaire pour émettre, donc s'ouvrant à tout un chacun, ont décidé de se regrouper autour d'associations, d'organisations chargées de protéger leur profession. Dans cette perspective, nous avons noté l'existence de deux organes censés tous œuvrer à l'autorégulation de l'information en ligne. L'existence de ces deux organes est-elle pertinente et cohérente pour assurer une bonne autorégulation de l'information en ligne ? L'existence de plusieurs organes d'autorégulation témoigne-t-elle plus de stratégies corporatistes que de désirs de protéger le spectre de l'information en ligne ? Pour avoir les réponses qui siéent à ces questions, nous allons explorer les actions de ces organisations socioprofessionnelles afin de voir si les jeux d'acteurs militent en faveur d'une autorégulation ou de logiques de positionnement des acteurs à leurs initiatives.

3-2-1-1 Présentation des organes d'autorégulation

- Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL)

L'Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL) a vu le jour le 12 février 2010. Premier organe regroupant les professionnels de l'information en ligne, il regroupe des acteurs des journaux en ligne, des agences de presse qui ont un site Web, des portails, des magazines ainsi que des Web radio/Web Tv. Cette organisation a été créée par des acteurs de l'information en ligne, qui, pour la plupart, ont reçu une formation de journaliste et qui font face à une sorte d'amateurisme dans les pratiques d'autres acteurs qui, de plus, s'adonnent à des dérives et pourraient dévaloriser leur activité. L'APPEL, initiée par des acteurs légitimes de l'information en ligne, a donc très rapidement bénéficié de la reconnaissance de ses membres fondateurs pour intégrer la *Coordination des Associations de Presse* (CAP), à côté d'autres organisations telles que le *Comité des Diffuseurs et des Editeurs de Presse du Sénégal* (CDEPS), le *Syndicat des Professionnels de l'Information et de la Communication sociale* (SYNPICS), le *Conseil pour l'Observation des Règles d'éthique et de déontologie* (CORED)

ou encore la *Convention des Jeunes Reporters du Sénégal* (CJRS). Cette reconnaissance des pairs donne très vite à l'*APPEL* une légitimité à acter une autorégulation d'une partie de la presse en ligne qui y adhère. On peut ainsi lire sur la présentation de la structure sur son site que *« malgré la profusion de sites d'information (plus de 200 cyberpresse) au Sénégal, seuls 53 sont membres de APPEL selon des critères liés aux contenus, aux animateurs et aussi la ligne rédactionnelle du site »*[77] La structure établit donc des critères de barrière à l'entrée ainsi que des modalités de sanctions. En ce sens, elle collabore avec le *CORED* pour le transfèrement des dossiers des organes déviants au tribunal des pairs de cet organe classique.

En ce qui concerne sa composition, l'*APPEL* dispose d'un bureau assez élargi de dix-huit membres au total, répartis dans les postes que nous listons ci-dessous :

- *Un (1) président ;*
- *Un (1) vice-président ;*
- *Un (1) secrétaire Général ;*
- *Un (1) secrétaire Général adjoint ;*
- *Un (1) trésorier Général ;*
- *Un (1) trésorier Général adjoint ;*
- *Un (1) secrétaire à l'organisation ;*
- *Un (1) secrétaire adjoint à l'organisation ;*
- *Un (1) secrétaire à la Communication et porte-parole ;*
- *Un (1) secrétaire adjoint à la Communication, chargé du visuel et du numérique ;*
- *Un (1) secrétaire à la formation ;*
- *Un (1) secrétaire aux relations extérieures ;*
- *Un (1) président Commission stratégie et développement ;*
- *Un (1) président Commission éthique et déontologie ;*
- *Un (1) président Commission instruction et demandes d'adhésion ;*
- *Trois (3) Commissaires au compte*

Sur 53 sites membres, 18 sont représentés dans ce bureau élargi qui est construit avec un souci de représentativité. Aussi bien les sites ou portails généralistes (ex : *seneweb.com*), spécialisés (*ecofinance.sn*) et régionaux (*ndarinfo.com*) sont présents dans ce bureau pour assurer une diversité. L'*APPEL* a ainsi, depuis sa création, fonctionné en captant des financements, et à travers des partenariats qui lui ont permis de mener à bien ses activités. C'est le cas du *« projet*

[77] http://www.appel.sn/apropos/

portant sur la régulation et le modèle économique de la presse en ligne. Ledit projet a été financé à hauteur de 39 millions de francs CFA par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), l'Etat du Sénégal et d'autres partenaires de l'Association. » (Idem)

Depuis 2010, l'*APPEL* a organisé et participé à plusieurs rencontres, tables rondes, ateliers, forums, séminaires ainsi qu'à des travaux comme celui du code de la presse dont le titre IV est consacré à la presse en ligne. En outre, l'*APPEL* propose un projet de charte d'éthique et de déontologie pour les acteurs de l'information en ligne. Cette charte proposée, devrait venir en appoint du nouveau code de la presse pour définitivement combler le vide qui existe dans la régulation de l'information en ligne. Le projet du nouveau code de la presse[78], prévoit à son *titre IV des dispositions relatives à la presse en ligne*. *Les conditions de fourniture de la publication en ligne* (chapitre premier) mais aussi les obligations et la responsabilité en matière de fourniture de service de presse en ligne (chapitre deux) y sont définis e pris en compte. On peut ainsi lire à l'article 159 dudit code que *« le contenu, publié par l'éditeur, ne doit pas être susceptible de choquer l'internaute par une représentation de la personne humaine portant atteinte à sa dignité et à la décence ou présentant la violence sous un jour favorable»*. Ce projet de code de la presse auquel l'*APPEL* a activement participé, à travers ses travaux de rédaction, prend en compte l'information en ligne. Ce qui témoigne d'une dynamique de corégulation avec l'ensemble des parties prenantes.

L'*APPEL* se place donc clairement comme l'organe regroupant les professionnels de l'information en ligne la plus reconnue et la plus crédible, en attestent ses membres qui sont parmi les sites les mieux *rankés* au Sénégal. C'est d'ailleurs ce qui explique son implication dans le *projet de Mutualisation et de Monitoring des élections* lors de la présidentielle de 2012. L'*APPEL* est donc un acteur phare de l'environnement de l'information en ligne.

- Association Nationale des Professionnels de la Presse en Ligne au Sénégal (ANPELS)

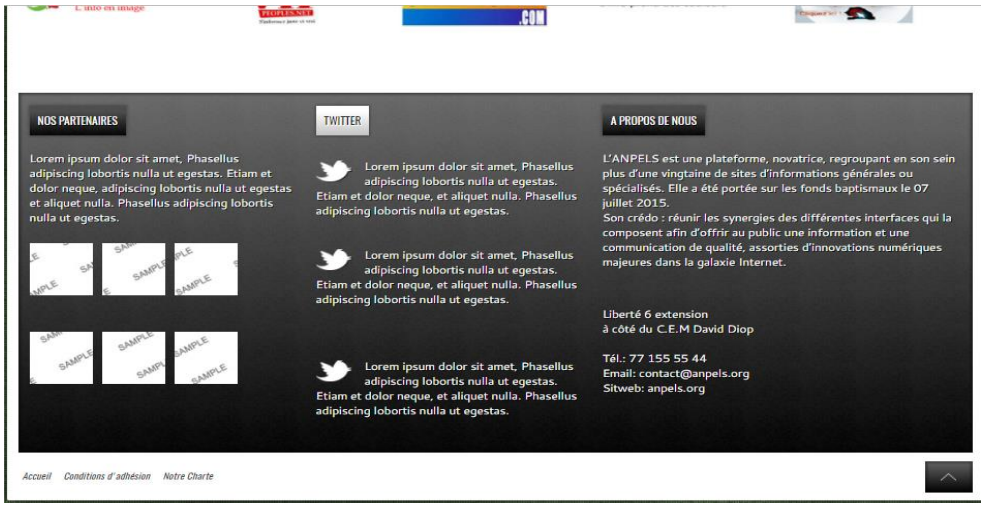
L'*ANPELS* est aussi une association qui regroupe des professionnels de l'information en ligne. Des portails d'informations ou encore sites d'informations se retrouvent ainsi dans cette organisation. Créée plus récemment, le 07 juillet 2015, cette organisation regroupe plus d'une vingtaine de sites d'informations.

On peut ainsi lire sur son site web qu'elle veut *« réunir les synergies des différentes interfaces qui la composent afin d'offrir au public une information et une communication de qualité, assorties d'innovations numériques majeures dans la galaxie Internet. Dans un contexte de*

[78] Projet du nouveau code de la presse

mondialisation marqué par la percée cyber technologique des médias, l'ANPELS compte œuvrer dans le respect de l'éthique et de la déontologie pour le décloisonnement de l'information sous toutes ses formes, conformément à l'article 8 de notre charte fondamentale. » L'*ANPELS* a à son actif l'organisation d'une *semaine de la presse en ligne* en Mars 2017. Elle reste une organisation quasi méconnue du grand public et ignorée par d'autres acteurs de l'information en ligne qui, soit ont adhéré à l'*APPEL*, soit n'ont adhéré à aucun organe. Seulement, l'*ANPELS* est invitée lors des activités de la *CDP* et a été reçue en audience par ministre conseiller en charge de la communication de la présidence de la république le 12 juillet 2016. D'ailleurs, son activité phare qu'est la *semaine de la presse*, a été placée sous l'égide du ministère de la culture et de la communication ainsi que du ministre conseiller en charge de la communication de la présidence de la république. Ce qui témoigne des liens étroits qui existent entre l'*ANPELS* et des acteurs de l'État au niveau central.

Par ailleurs, nous constatons que le site de l'*ANPELS* semble être toujours en construction comme le montre l'image ci-dessous :



Une grande partie du site Web de l'*ANPELS* n'est pas alimentée en contenu et pis encore est configurée avec le texte initial de remplissage du *template*. Ceci est un élément non négligeable à prendre en compte pour une organisation qui existe depuis maintenant deux ans. Cette association a cependant le mérite d'exister et de regrouper vingt-six (26) sites Web d'informations.

3-2-1-2 Croisement comparatif des deux associations d'autorégulation :

Les deux organes d'autorégulation que nous venons comparer occupent pour l'essentiel le cadre de l'autorégulation de l'information en ligne au Sénégal. Pour le même *spectre de l'information*

en ligne, l'existence de deux structures regroupant les professionnels, semble quelque peu paradoxal avec les objectifs de ces structures qui se résument tous à l'assainissement de l'information en ligne. À cet effet, nous essayons de voir le poids et les jeux d'acteurs de ces deux organes d'autorégulation. Ceci, pour ausculter leurs actions à l'aune de leurs objectifs et de leurs missions. Succinctement, il s'agit de voir si ces acteurs se positionnent plus qu'ils ne s'autorégulent, ou l'inverse.

- Composition et organisation des deux organisations :

L'*APPEL* et l'*ANPELS* ont au moins cinq ans de différence concernant leurs créations respectives. Si l'*APPEL*, créée dès 2010, fonctionne selon des règles strictes, des barrières à l'entrée et des textes qui la régissent, l'*ANPELS* semble encore être dans le processus de rédaction de ses statuts. Ces deux organes se différencient déjà par le poids des sites qui y ont adhéré. Non seulement les adhérents de l'*APPEL* sont deux fois plus nombreux que ceux de l'*ANPELS* mais pèsent plus, en ce sens qu'ils sont mieux *rankés*.

Organes membres

E-mail

Liste des organes membre

N°	ORGANE	ADMINISTRATEUR
1	dakarmedias.com	Ibrahima Sané
2	ajonews.info	Babacar Diedhiou
3	snnews.info	Youssouf Sané
4	senegalpost.net	Ibrahima Haidara
5	infosactu.net	Lamine BA
6	senepeople.com	Cheikh Camara Coka
7	sunugal24.net	Aliou Top
8	laquestion.info	Abdou Latif Ndiaye
9	luxmealex.com	Aliou Maiga
10	Koaci.com	Sidy Ndao
11	journalnt.com	Abdoulaye Diaw
12	Media7.info	Pape Ibrahima Diongue
13	dakarmusique.com	Alioune Séne
14	mbarkatv.com	Mbarka Diakhaté
15	Vipeoples.net	Tange Tandian
16	Devinfos.com	Cheikh Seck Ndong
17	ouakaminfo.com	Souleymane Traoré
18	Faydatidianya.com	Cheikh Tidiane Guissé
19	dental.sn	Tallo Ba
20	Senwebactu.com	Djiby Diallo
21	revelations-medias.com	Aliou KEBE
22	Dakarbuzz.net	Amadou Sy
23	Echo-senegal.com	Alassane Ndiaye
24	Mourides.info	Serigne Mbacké Dieng
25	Infosen.sn	Ibrahima Cissé
26	Senegal-news.net	Elamine Thioune

LES SITES MEMBRES DE APPEL

NOM DU SITE	URL DU SITE
Actu24	www.actu24.com
Actuprime	www.actuprime.com
Actusen	www.actusen.com
AlloDakar	www.allodakar.sn
AZactu	www.azactu.com
Dakar24	www.dakar24sn.com
Dakar7	www.dakar7.com
Dakaractu	www.dakaractu.com
Dakarswagg	www.dakarswagg.net
Dernière Minute	www.dernieresminute.sn
Djoloffactu	www.djoloffactu.com
EcoFinance	www.ecofinance.sn
Ferloo	www.ferloo.com
Gradins	www.gradins.net
IGFM	www.igfm.sn
ITmag	www.itmag.sn
Jeggema	www.jeggema.net
Jotay	www.jotay.net
Koldanews	www.koldanews.com
La Vie Sénégalaise	www.laviesenegalaise.com
Le Reporter du Monde	www.lereporterdumonde.com
Le Ruffisquois	www.leruffisquois.net
Ledakarois	www.ledakarois.net
Lefatiokois	www.lefatiokois.net
Leral	www.leral.net
Mbour Evens	www.mbourtv.net
Mbour Info	www.mbour.info
Mediafrik	www.mediafrik.com
Ndarinfo	www.ndarinfo.com
Off	www.off.sn
PressAfrik	www.pressafrik.com
Senactuweb	www.senactuweb.com
Senegal7	www.senegal7.com
Senego	www.senego.com
Senenews	www.senenews.com
Seneplus	www.seneplus.com
Seneweb	www.seneweb.com
SenTV Info	www.sentv.info
Senvideo	www.senvideo.com
Senxlbar	www.senxlbar.com
Setal	www.setal.net
Sociainetlink	www.sociainetlink.org
Sudestinfo	www.sudestinfo.com
Thies info	www.thiesinfo.com
Thies24	www.thies24.com
Tukki	www.tukki.org
Xalima	www.xalimasn.com
Xibaaru	www.xibaaru.com

Tableaux de présentations des organes membres de l'APPEL et de l'ANPELS (sources anpels.org-appel.sn)

Ces tableaux qui présentent les membres des deux organes d'autorégulation font transparaître un contraste qui existe entre ceux-ci. En plus du fait que les acteurs sont plus nombreux au niveau de l'*APPEL*, les sites les plus *rankés* sont membres de l'*APPEL*. Au niveau du classement d'alexa.com[79], sur les sites les plus visités au Sénégal, nous avons les sites senego.com, dakaractu.com, seneweb.com et www.leral.net qui figurent parmi les dix sites les plus visités. Ces sites sont tous adhérents à l'*APPEL*, tandis qu'aucun des sites Web membres de l'*ANPELS* ne figure parmi les 50 sites les plus visités au Sénégal. Cet indicateur, bien que

[79] http://www.alexa.com/topsites/countries/SN consulté le 27/04/2017

relatif, renseigne déjà sur le fait qu'il existe une grande différence entre les sites représentés dans les deux organisations. L'*ANPELS* semble être née avec de nouveaux sites moins connus, n'ayant pas adhéré à l'*APPEL* et qui tentent cependant de se faire reconnaître. L'*ANPELS* comme l'*APPEL* ont eu à dérouler des activités et à entreprendre des démarches en collaboration avec le pouvoir politique. Nous allons nous intéresser à ces formes de collaboration pour tenter d'en comprendre la nature.

- Activités et rapports au pouvoir public :

Les deux organes d'autorégulation que nous étudions ont chacun posé des actions depuis leur création. S'agissant de l'*APPEL*, créée depuis plus de 7 ans, il est évident qu'elle soit plus active que l'*ANPELS*. Si l'*APPEL* capitalise plusieurs activités qui tournent autour d'ateliers, de tables rondes ou de séminaires allant de la formation des journalistes à des réflexions qui touchent des thématiques comme la future labellisation préconisée, l'*ANPELS* n'a pu faire qu'une seule activité précédée par une conférence de presse pendant laquelle elle s'est prononcée sur les dérives de la presse en ligne et la volonté du président de la république de sanctionner les individus ou structures qui portent atteinte aux données personnelles. Une très grande différence est ainsi notée de ce point de vue. L'*APPEL*, dans le cadre de ses activités comme l'*Atelier sur la labellisation et l'élaboration d'un cahier de charges pour la presse en ligne,* a compté comme partenaire l'*Etat du Sénégal*, l'*Agence de développement de l'Informatique de l'Etat* (ADIE), l'*ARTP* et la *Sonatel*. Ces partenaires qui ont contribué à cet événement, restent cependant des structures qui peuvent apporter une aide logistique ou financière mais aussi participer aux échanges. Ceci est d'autant plus clair qu'on peut lire dans les termes de références dudit atelier que l'*APPEL*, a, une volonté de *« mise en place de mécanismes ou de textes relatifs à l'autorégulation, la régulation, la co-régulation et l'inter-régulation. »* Cette dynamique pourrait donc l'inviter à coopérer avec des organisations telles que l'*ARTP* par exemple. Par ailleurs, l'*APPEL* traite avec le *CDP* et le *Cored* sur des aspects de la régulation. Ibrahima Lissa Faye affirme qu' *« il existe une parfaite entente entre l'APPEL et la CDP »*. À propos du *Cored*, il déclare : « *Quand il y'a des dérives, c'est à l'interne que la commission fait des mis en demeures ou un rappel à l'ordre. S'il y'a un rappel à l'ordre et qu'il n'y a pas de réaction, c'est une mise en demeure, après la mise en demeure la commission peut soit blâmer, sanctionner, ou bien saisir directement le Cored. »*[80] Il peut donc arriver des cas où l'*APPEL* recoure au *Cored* pour des besoins d'autorégulation, à en croire son président.

[80] Entretien avec Ibrahima Lissa Faye, le 02 Mai 2017 dans les locaux de PressAfrik

Du côté de l'*ANPELS*, elle a rencontré EL Hamidou Kassé, ministre conseiller en charge de la communication de la présidence de la République le 12 Juillet 2016 autour d'une audience afin de faire part de doléances concernant la presse en ligne. Elle a, en outre, tenu une conférence de presse pendant laquelle les membres de son comité directeur se sont exprimés sur les dérives dans la diffusion de l'information en ligne. Au cours de cette conférence de presse, nous avons noté des interventions des membres du comité directeur de l'*ANPELS* notamment du chargé de communication et du président de l'association. On peut ainsi entendre le chargé de communication de ladite organisation déclarer : *« C'est à nous aujourd'hui de prendre nos responsabilités par rapport à ce qui se passe. La presse en ligne à un combat à mener. L'État, les décideurs ne peuvent pas maîtriser ce nouveau média (...) »*. Par ailleurs, il incite à « *ne pas faire de nos sites de tribunes où les hommes politiques vont se donner en spectacle(…). Il martèle aussi que « pour mériter le respect de l'opinion, il y'a un combat à mener, il faut respecter les règles de déontologie (...) »*. Pour abonder dans le même sens que le chargé de communication, le président de l'*ANPELS* affirme : *« Nous nous respectons la loi, et nous souhaitons l'application de la loi dans toute sa rigueur. (...) »*. Il appelle ainsi l'État à *« sanctionner tout acteur qui publie des images qui vont pas avec nos réalités »* (Alioune TOP, Ibidem, Déc. 2016). Cet ensemble de déclarations, tend vers un appel à plus de responsabilité dans le traitement et la diffusion de l'information en ligne mais aussi à magnifier l'action de l'Etat. En sus de ces déclarations, l'*ANPELS*, assez proche de la *CDP* qui l'invite dans ses activités de sensibilisation pour la protection des données personnelles, a tenu sa semaine de la presse sous l'égide *« de Mbagnick Ndiaye, ministre de la culture et de la communication et de Monsieur El Hadji Hamidou Kassé, ministre conseil en charge de la communication du président de la république »*[81]. Ce parrainage de leur activité par des personnalités de l'État au lieu d'une collaboration avec d'autres organes de régulation dans cette activité peut apparaître comme un signe de stratégies de positionnement de ces acteurs de l'information en ligne moins visibles et moins connus du spectre de l'information en ligne du Sénégal. Nous présentons un tableau résumé des traits saillants de ces deux associations que nous avons développé.

[81] http://anpels.org/actualite.html

Associations	APPEL	ANPELS
Nombre d'adhérents	26	53
Missions	Défense des intérêts matériels et moraux de ses membres, la mise en place d'un cadre d'épanouissement et d'exercice professionnel du métier de presse en ligne	Défendre les intérêts moraux, professionnels et économiques des acteurs de la presse en ligne ;Positionner la presse en ligne au Sénégal comme outil de développement, de promotion de la liberté d'expression et de la démocratie.
Activités/actions	Ateliers, séminaires, formations, processus de création d'un observatoire et d'une labellisation	Communiqué de presse-semaine de la presse en ligne
Partenaires	ARTP-ADIE-CORED-Fondations et ONG	CDP-Personnalités politiques
statuts-règlements-sanctions	Règlement intérieur-publications sur le site-avertissements par mailing liste-exclusion	-

Ce tableau, comme les lignes qui l'ont précédé, renseignent assez clairement sur les postures et les trajectoires poursuivies par les associations socioprofessionnelles que nous avons vu. La première, l'*APPEL*, semble être la plus crédible et s'inscrit dans une démarche d'autorégulation mais aussi, comme ses partenariats et participations à des travaux le montrent, à la co-régulation de la l'information en ligne. La seconde, disposant de moins de légitimité et de poids semble, elle, se chercher à travers des stratégies de positionnement et de reconnaissance auprès des autorités étatiques et plus précisément de la présidence. Cet exercice d'analyse des fonctionnements et actions de ces deux structures nous permet de voir que ces organisations socioprofessionnelles peuvent s'investir dans l'autorégulation mais peuvent aussi, comme c'est le cas de l'*ANPELS*, s'inscrire dans d'autres logiques. Si ces organisations sont créées et jouent un rôle, ce sont aux professionnels de l'information en ligne de pouvoir appliquer les règles auxquelles elles appellent. Nous allons voir dans les prochaines lignes dans quelle mesure ces acteurs prennent en compte eux-mêmes ces règles dans leur activité. Nous allons nous

appesantir sur les deux portails qui constituent le cadre de notre étude afin d'en saisir les implications.

3-2-2 L'autorégulation en tant que telle des portails d'informations :

Toute forme d'autorégulation repose sur l'acceptation tacite ou expresse des acteurs eux-mêmes d'intégrer les principes et règles d'autodiscipline auxquels ils ont adhéré. En ce qui concerne l'information en ligne, nous avons ausculté les associations qui œuvrent à son autorégulation au Sénégal. Les portails d'informations que nous étudions, ont adhéré dans la grande majorité des plus connus, à l'organe d'autorégulation principale qu'est l'*APPEL*. Nous allons donc principalement nous intéresser aux actions de cette association à laquelle seneweb.com et leral.net ont adhéré afin d'analyser les actions dudit organe qui peuvent jouer un rôle dans l'amélioration des pratiques, mais aussi de voir si les acteurs eux-mêmes ont pris des initiatives allant dans le sens d'éviter ces dérives et irrégularités.

L'*APPEL*, réunit comme nous l'avons vu, une cinquantaine de sites web avec un bureau assez diversement représenté et composite.

Au titre de l'autorégulation des portails d'informations, surtout de ceux que nous avons choisi, des éléments particuliers ont attiré notre attention sur l'observation des actions posées par l'*APPEL*. Dans cette perspective, nous nous sommes rendus compte que le président de l'*ANPELS*, a fait l'objet d'un communiqué publié par l'*APPEL* et concernant des contenus inappropriés sur des sites qu'il administre. Et c'est dans ce même contexte qu'il a quitté l'*APPEL* et crée l'*ANPELS*. Ce qui en ressort est que la voix de l'*APPEL* a son importance au sein de la presse en ligne.

APPEL Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne www.appel.sn

A PROPOS | ACTUALITÉS | PRESSE | MEMBRES | CONTACTS

Accueil > ACTUALITES

COMMUNIQUÉ : Avertissements aux sites sunugal24.net et 24dakar.com pour publications à caractère pornographique

Rédigé le Dimanche 30 Août 2015

La Commission Éthique et Déontologie (COMTED) de l'Association des Professionnels et Editeurs de la Presse en Ligne du Sénégal (APPEL) s'insurge contre les publications érotiques et pornographiques des sites Sunugal24.net et 24Dakar.com, partagées entre d'importants groupes sur Facebook regroupant des milliers de citoyens sénégalais.

La **COMTED** trouve que c'est une façon vile de chercher de l'audience par des Posts malsains et invite les confrères de la Presse en Ligne à s'éloigner de ces dangers.

La **COMTED** avait contacté, vendredi 28 août 2015, l'administrateur de ces deux portails (Alioune TOP) qui avait fait preuve de collaboration et s'était engagé à mettre fin à de pareilles dérives.

À notre grande surprise, des publications similaires ont été postées, ce samedi matin. Nous avons recontacté l'administrateur qui, décidément, a changé de veste.

A cet effet, nous invitons le **Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias (CORED)** à prendre des mesures fermes , pour que l'auteur de ces actes indignes puisse revenir à la raison.

La **COMTED** réaffirme son engagement à œuvrer pour le respect des règles de l'Éthique et de la Déontologie dans la Presse en ligne et son engagement à travailler en parfaite collaboration avec le CORED et le Tribunal des Pairs.

La Commission Éthique et Déontologie (COMTED)

En outre, le caractère contraignant de l'*APPEL* pour faire respecter les règles est matérialisé à travers sa commission d'éthique et de déontologie. Ceci est illustré par Ibrahima Lissa Faye qui explique qu' : *« Au sein de l'APPEL, nous avons une commission d'éthique et de déontologie et quand il y'a des affaires c'est cette commission qui s'autosaisit en envoie un message via le mailing list. Ensuite la commission propose des sanctions, le bureau étudie ensuite ces propositions et applique une sanction. Il y'a des sites que nous avons exclus car dans leurs pratiques il y avait des contenus obscènes juste pour gagner de l'argent via Google Adsense. »*[82] Au niveau des portails, ce qui les caractérise c'est l'intégration de contenus. La plupart des portails ont été accusés de reprendre des contenus d'autres médias sans les citer. À l'observation des portails d'informations *Seneweb* et *Leral*, ceux-ci se sont orientés vers une citation de leurs sources ainsi qu'un processus de professionnalisation. Sur *Seneweb*, 53 sites Web sont cités

[82] Emission La touche originale, 2s Tv, 7 Janvier 2017

parmi les sources des articles qui sont agrégés. *Seneweb* reprend aussi des radios et télévisions en diffusant leurs programmes les plus suivis. Ce site a aussi récemment créé une rédaction avec des journalistes professionnels provenant de médias classiques et qui produisent des contenus propres. Daouda Mine, actuel rédacteur en chef de *Seneweb* parle d'un site *hybride*, qui reprend à la fois des contenus et produit ses propres articles. D'ailleurs, il signale qu' « *il n'y a pas de journaliste de la presse écrite, radio ou télévision, nous sommes régis par les mêmes textes.* »[83] Il postule en substance qu'il s'agit de la même éthique, la même déontologie et les mêmes genres rédactionnels. À cet effet, les portails d'informations semblent de mieux en mieux prendre en compte les exigences de citation des sources des contenus qu'ils diffusent. Même si certaines chaînes de télévisions se plaignent du fait que ces portails reprennent leurs contenus, deux points de vue sont développés sur ce cas précis : D'une part ces chaînes de télévision et radios se plaignent de la reprise de leurs contenus mais ne les protègent pas et n'envoient aucune sommation quand les portails les reprennent ; d'autre part, les acteurs des portails développent l'idée d'une valorisation de ces programmes télévisuels et radiophoniques lorsqu'ils sont repris. Cependant, les portails que nous avons observés à savoir *Seneweb* et *leral*, citent les sources télévisuelles et radiophoniques qu'ils reprennent.

Dans la même perspective, les contenus jugés inappropriés font l'objet de communiqués de la part de l'*APPEL*. Seulement, plus d'une centaine de sites Web ne sont pas membres de cette association.

Un autre aspect des portails d'informations a fait l'objet de communiqués de la part de l'*APPEL*. En effet, les titres des portails d'informations frôlaient le sensationnel pour pousser les internautes à cliquer. C'est pourquoi la *commission éthique et déontologie* a déjà publié un communiqué en date du 09 Octobre 2016 sur la *titraille* des portails avec comme cible la *Seneweb* qui a été épinglée à l'époque.

[83] Emission La touche originale, 2s Tv, 7 Janvier 2017

AVIS COMTED: La titraille pose vraiment problème !!!

Rédigé le Dimanche 9 Octobre 2016

Nous avons reçu plusieurs expressions d'indignation d'internautes relatives à la titraille de Seneweb sur une démonstration de forces de l'ordre qui s'est déroulée, vendredi, au camp Diassé.

Le journaliste titre « Prise d'otages au camp Abdou Diassé » et note dans son argumentaire que « cette prise d'otage est orchestrée par une bande de terroristes au nombre de 3 qui, lourdement armés, ont pu tuer 3 personnes avant de se confiner dans un bus. Un bus qui était rempli de passagers ».

Il attend jusque-là chute de son texte pour préciser que « tout ceci est une démonstration de libération d'otages déroulée ce vendredi devant le ministre de l'Intérieur et de la Sécurité publique sénégalais, Abdoulaye Daouda Diallo, qui recevait son homologue Français, Bernard Cazeneuve, en visite officielle au Sénégal ».

La titraille a été particulièrement décriée dans l'activité des portails d'informations qui sont à la course aux clics pour être mieux *rankés* et référencés. Le sensationnel est donc mis en avant sur les titres. Nous avons tenté d'analyser le titrage et sa diversité dans les deux portails choisis pendant 10 jours afin de voir s'ils s'inscrivent dans la même ligne.

Analyse de la *UNE* de SENEWEB du 05 au 14 Avril

Rubriques	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Société										
Sports										
Politique										
Santé										
People										
Actu Afrique										
International										
Faits divers										

Economie										
Culture										
Nécrologie										

Analyse de la *UNE* de LERAL du 05 au 14 Avril

Rubriques	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Société										
Sports										
Politique										
Santé										
People										
Actu Afrique										
International										
Faits divers										
Economie										
Culture										
Nécrologie										

Pendant ces 10 jours pendant lesquels nous avons observé la titraille de ces deux portails d'informations, le constat que les titres correspondent aux contenus des articles a été le premier que nous avons fait. Différemment de la titraille qui avait attiré l'attention de la *COMTED* de l'*APPEL*, ces titres semblent bien élaborés et ne comporter aucune fausse illusion même s'ils

obéissent aux exigences d'attirance intrinsèques. Dans cette perspective, nous nous sommes surtout intéressés aux rubriques auxquelles appartiennent ces titres. Comme nous le voyons dans les tableaux ci-dessus, les portails d'informations *Seneweb* et *Leral* privilégient les sujets de *Politique* et de *Société* dans le cadre de leur titraille. Ces sujets qu'ils titrent sont produits par leurs propres rédactions qui s'orientent donc vers des sujets d'actualité et qui sont le plus susceptibles d'attirer les internautes. Suivant la période pendant laquelle nous avons effectué cette petite analyse, et l'observation des portails qui s'en est suivie pendant un mois, le même constat est fait. Ce sont les sujets d'actualité de premier ordre que les rédactions traitent en priorité et mettent en avant sur le site. Nous pensons que lors des périodes de grandes manifestations, sportives, culturelles, ou d'évènements d'autres natures, ces portails vont aussi mettre la focale sur d'autres thématiques. En réalité, ces portails, d'un certain point de vue, s'adonnent aux mêmes pratiques que les éditeurs classiques. Seulement, si nous constatons que durant la période pendant laquelle nous avons observé ces portails, aucun dérapage n'a été noté au niveau des titres, des politiques de restructuration des uns comme *Seneweb* qui a construit sa propre rédaction et des efforts d'autocorrection sont entrepris. Sur les portails, nous ne notons pas de grande dérive pendant notre période d'observation. Les comptes *Facebook* de ces deux portails n'ont pas cependant la même organisation que les sites Web. Sur ces pages qui constituent les prolongements des portails sur les réseaux sociaux, notamment *Facebook*, ceux-ci y privilégient les vidéos et images, y compris celles qui relèvent des données à caractère personnel. C'est donc sur les réseaux sociaux que ces dérives sont le plus susceptibles d'être visibles. Ceci relève de stratégies de contournement ou de *braconnage*[84] des portails d'information pour ne pas se faire épingler par les organes de régulation ou d'autorégulation à partir de leur site. Cependant, la publication de vidéos sans l'accord des personnes concernées constitue une entrave au respect des données à caractère personnel.

On se rend bien compte que l'existence d'une association en charge de l'autorégulation qui dispose de leviers pour faire valoir des mesures d'autodiscipline au sein de ce spectre de l'information en ligne, permet au moins de contraindre les portails de respecter les codes d'éthique et de déontologie. Ceux-ci, adoptent des stratégies de contournement sur les réseaux sociaux afin d'y publier des contenus qui ne sont pas intégrés à leur site, qui, eux, semblent être surveillés. L'autorégulation semble être donc un modèle qui permet aux portails de limiter les irrégularités auxquelles ils s'adonnaient. Ibrahima Lissa Faye s'exprime en ces termes à propos

[84] De Certeau, M. (1980*). Lire : un* braconnage. *L'invention du quotidien : 1. Arts de faire*.

des avancées dans les pratiques : *« C'est vrai qu'il y'a une floraison de sites mais il faut quand même se réjouir d'un esprit de responsabilité et d'une évolution par rapport à des dérives qui étaient commises avant...Et franchement, il y'a un travail qui a été démarré depuis plus de 5 ans maintenant, qui est en train de porter ses fruits. Et j'en veux pour preuve...récemment il y'a eu des cas désobligeants comme par exemple les images de Mbathio, également il y'a 48h un père de famille qui est décédé dans des conditions assez déplorables, des cas qui ont connu un traitement très responsable dans la presse en ligne. Et franchement on peut saluer la responsabilité et le professionnalisme des acteurs de la presse en ligne. Si on l'a constaté c'est parce que au sein de APPEL il y'a des mécanismes pour éduquer, accompagner l'ensemble des sites membres à un contenu plus professionnel, à un contenu plus responsable. Et aujourd'hui on peut dire valablement que ce travail-là n'est pas vain (...) »*[85]. Ce propos qui relève des discours d'acteurs, en l'occurrence le président de l'*APPEL*, souligne néanmoins le fait que des améliorations sont notées. Des activités de formation et de sensibilisation sont organisées séparément ou en collaboration avec les organes de régulation comme la *CDP* ou d'autorégulation à l'instar de l'*APPEL* qui a comme partenaire d'autres structures qui évoluent dans le secteur. La participation de l'*APPEL* à la rédaction du nouveau code de la presse ou sa collaboration avec l'*ARTP*, peuvent être considérées comme des signes de co-régulation de l'information en ligne.

Tout au long de ce chapitre, nous avons étudié les dynamiques en cours au sein du spectre de l'information en ligne afin de voir les modes d'organisation qui étaient préconisés par les acteurs. Vus à tort ou à raison comme des prolongements des acteurs des médias classiques, ces acteurs partagent avec eux les mêmes codes éthiques et déontologiques. Cependant, on ne peut pas dire que les associations des professionnels soient entièrement dans les mêmes dynamiques. En Afrique de l'Ouest, aussi bien les organes classiques que ceux de l'information en ligne restent en proie à des tares congénitales mais réussissent quand même, dans des pays comme la Côte d'Ivoire ou le Sénégal, à faire des efforts pour l'amélioration des pratiques. Au Sénégal comme en Côte d'Ivoire, les organes qui réunissent les professionnels du numérique réussissent à améliorer les pratiques et à entreprendre des chantiers pour une meilleure autorégulation. La création d'observatoires mais aussi la labellisation des sites demeurent à ce jour les meilleures initiatives prises par ces organes pour inciter les acteurs à s'inscrire dans un exercice de

[85] Ibrahima Lissa FAYE président de l'APPEL lors du séminaire de trois jours organisé par l'ARTP en collaboration avec le REJOTIC (source vidéo Dakaractu, le 13/02/2017)

bonification de leurs pratiques. Pour le portail d'informations *Seneweb,* il est passé d'une activité d'intégration de contenus essentiellement, à la création d'une rédaction avec des journalistes professionnels pour commencer à produire de l'information qui lui est propre en plus de l'agrégation. Ce qui en fait un portail au statut *hybride* comme c'était déjà le cas de *Leral*.

En outre, on observe chez les acteurs un certain respect des règles édictées par les associations des pairs mais aussi des stratégies de contournement de ces contraintes par le biais de leurs prolongements sur les réseaux sociaux. L'épée de Damoclès que fait planer l'association d'autorégulation sur les portails d'information ainsi que d'autres sites qui y adhèrent, permet de réduire considérablement les dérives notées antérieurement. L'autorégulation des acteurs les plus représentatifs de l'information en ligne semble donc jouer un rôle dans l'amélioration des pratiques même si, comme nous l'avons vu, celle-ci ne régit encore qu'une partie des acteurs et paraît donc insuffisante. Ce premier chapitre nous a donc permis de comprendre les dynamiques d'autorégulation et même de co-régulation en cours ou en perspective au sein des acteurs de l'information en ligne dont les portails sont partie intégrante. Nous avons donc pu percevoir les logiques relevant de stratégies d'acteurs et d'autres qui s'inscrivent plus dans l'autorégulation. Ce chapitre nous a permis donc de voir le rôle des diffuseurs eux-mêmes dans la régulation les contenus. Cependant, peut-on dire que les éditeurs soient les seuls acteurs de l'information en ligne ? Sont-ils les seuls, hormis les organes de régulation relevant de la puissance publique, à infléchir les orientations des contenus ou éviter les abus ? Avec le caractère collaboratif et participatif du Web 2.0, les internautes sont appelés à jouer un rôle plus actif et constructif. Ces consommateurs de l'information, peuvent la commenter, la recommander ou encore y contribuer. Ce qui modifie leur rapport à cette information et leur attribue une certaine fonction dans sa construction. Dans le second chapitre de cette partie, nous cherchons à analyser, à partir de données recueillies auprès de ces internautes, leur rôle dans la construction et l'autorégulation des contenus.

Chapitre 4 : Participation des internautes dans la construction de l'information en ligne : Quel apport pour la régulation des contenus des portails ?

Ce chapitre est consacré à une partie prenante de l'information en ligne, tantôt récepteur, tantôt émetteur des informations qu'est le public. Les internautes ont un rôle actif dans le Web du fait que leur parole y est libérée. Les contraintes qui pèsent sur l'audience de l'audiovisuel ou le lectorat de la presse écrite qui sont obligés d'être relativement passifs face au flux d'informations ne sont pas les mêmes sur le Web 2.0, où les frontières entre les médiateurs classiques de l'information et les consommateurs sont plus poreuses. Les internautes ont ainsi la possibilité de commenter les publications des éditeurs, de les recommander sous forme de partage, de produire eux-mêmes des articles, de critiquer voire de contredire les journalistes. Cette donne déplace considérablement les places respectives des uns et des autres. Les journalistes sont donc aujourd'hui obligés d'écouter et de gérer des internautes qui commentent leurs actualités et de co-construire leurs informations quelquefois. Ces mutations qui rendent le journalisme en ligne particulier car négociateur et gestionnaire nous interpellent dans les contenus de l'information en ligne ainsi que ses dérives (4.1).

En outre, ces internautes, participent de différentes manières à la construction de l'information en ligne. Pour avoir un meilleur aperçu des motivations, des modalités et des modes participations de ces internautes sur les portails que nous étudions, nous avons administré un questionnaire à cent (100) personnes dont la présentation des résultats sert de socle à une meilleure analyse de leur rôle dans ce spectre de l'information en ligne (4.2). Cette analyse de données empiriques permet de comprendre les dérives ou la régulation des contenus à l'aune des médianautes (Joannès, 2007) qui ont une place dans ce spectre.

4-1 Un journalisme en ligne des portails dans une logique gestionnaire face à la participation des internautes ?

Les portails d'information que nous étudions à savoir *seneweb.com* et *leral.net* se sont développés en créant leurs propres contenus en plus de l'*infomédiation* des contenus qui marque leur positionnement. Les rédactions en charge de l'édition de contenus propres se trouvent dans un format plus participatif et gestionnaire. En effet, différemment du rôle et des compétences des journalistes classiques, ceux qui travaillent dans les rédactions des portails s'inscrivent dans une logique multimédia. En outre, les exigences de rentabilité de ces sites nécessitent des stratégies pour attirer les internautes. Nous assistons donc à l'avènement d' *« un journalisme polyvalent et multicanal »* (Rieffel cité par Greffe, 2008, p.104) guidé par le triomphe de l'infotainment. Rémy Rieffel parle d'un passage du *journalisme d'information* (seuls les faits comptent) à une autre forme de *journalisme, celle de communication* (plus marketing surtout que les sources se professionnalisent de plus en plus) (Greffe, 2008, p.105). Dans ce journalisme de communication, les rédactions ne se limitent pas à produire ou à agréger des contenus, ils gèrent le public, ses réactions, et tentent de s'assurer que leurs contenus soient assez attrayants pour attirer sur leur site. Ces professionnels de l'information sont donc obligés, en plus de leur formation classique, de se dédoubler et d'apprendre sur le tas quelquefois. Ils doivent *« non seulement écrire des articles, mais aussi faire du montage audiovisuel, utiliser les images diffusées sur des téléphones portables. Dans le cadre de leur travail quotidien, ils sont en quelque sorte immergés dans un flux incessant d'informations qui encourage la productivité et la réactivité au risque d'un manque de recul et de distanciation critique. »* (Greffe, 2008, p.98). La course à *« la captation de l'attention des internautes est au cœur de la compétition que se livrent les acteurs traditionnels de l'espace public et les nouveaux conglomérats du numérique »* (Cardon, 2010, p.101). Ces mutations mènent vers une réduction de la marge de manœuvre des médiateurs classiques en faveur des internautes qui, gagnent en pouvoir avec le Web 2.0. Les éditeurs en ligne sont donc obligés de faire face à une demande des lecteurs qui est de plusieurs ordres. Dans le premier cas, la demande des lecteurs est diversifiée et oblige l'éditeur *« à proposer une certaine profondeur d'offre, c'est-à-dire des contenus d'informations accessibles à différents niveaux pour des catégories différenciées de lecteurs. »* (Greffe, 2008, p.516). Dans le second cas de figure, la demande est épisodique et on connaît des piques d'évènements. *« Les éditeurs doivent alors se mobiliser pour produire des contenus adaptés, en sortant de leur logique de production classique »* (Ibidem). Dans les deux cas, les lecteurs ne sont plus aussi passifs que le récepteur classique mais sont pris en compte comme des clients à

satisfaire. Dans la même optique, les internautes deviennent des acteurs de l'information en ligne. Ces nouveaux acteurs devraient contrebalancer la hiérarchie classique où le journaliste ou le média était le seul et unique émetteur. *« Comme le suggère Cyril Lemieux, les nouveaux acteurs de l'espace numérique- commentateurs infatigables, polygraphes incontinents, experts obsessionnels ou débatteurs intransigeants-peuvent être comparés aux Rousseau des ruisseaux qui ont brocardé l'autorité monarchique à la veille de la Révolution française à force de pamphlets, de chansons et de libellés »* (Cardon, 2010, p.p 46-47). Ceci pour dire que c'est une véritable révolution qui est opérée avec les possibilités techniques qui peuvent permettre aux consommateurs de produire eux-mêmes voire de participer à la production de l'information. Cette nouvelle dynamique *« conduira le lecteur à devenir coauteur des textes journalistiques. Cela signifie une meilleure et plus rapide prise en compte des remarques et suggestions du public, qui sera facilitée par un investissement du journaliste dans le domaine de la communautique (messageries et forums de discussion). Dans une dynamique d'espace public partiel, cela implique aussi la mise en place de dispositifs adaptés de co-construction communautaire de l'information diffusée. » (Cardon, ibidem,* p.101). C'est par le biais des commentaires, des forums, des messageries et d'autres possibilités techniques que l'information commence à se déplacer de son lieu d'émission classique au public. Cette nouvelle donne peut constituer pour certains une menace à l'encontre de l'autorité des médiateurs classiques de l'information mais constitue en même temps une opportunité pour les portails qui vont s'en saisir afin d'alimenter leurs sites. Les portails et autres sites d'informations, dans leur logique de rationalisation et stratégies de rentabilisation, s'adonnent donc à des pratiques alternatives avec comme sources ou contributeurs les internautes. *« Ces pratiques alternatives se définiraient par le recours à des sources nouvelles et moins officielles, par un appel accru à la participation des lecteurs-internautes, tant pour la création de contenus (user-generated contents) que pour la veille (signalement des sujets, buzz) ou l'animation du site (commentaires, forums), et, enfin, par une volonté éditoriale délibérée de s'extirper de l'agenda médiatique impulsé par les médias dominants. »*[86] (Damian-Gaillard, Rébillard, Smyrnaois, 2009, p.2). Les *user-generated contents* comme le terme l'indique sont des utilisateurs qui génèrent eux-mêmes des contenus. Le caractère actif des *users* rejoint la philosophie initiale de l'Internet. En effet, dans l'esprit des hackers, qui forment une communauté de contributeurs à la construction de la toile dès ses débuts, Internet est par essence

[86] Damian-Gaillard, Béatrice. Rébillard, Franck. Smyrnaois, Nikos. 2009- Communication au colloque New media and Information, Athènes, 6-9 Mai 2015

une co-construction. Les statuts classiques ne sont pas aussi considérés dans la toile tant qu'ils ne sont pas mis à profit dans le cadre d'une production qui enrichit le réseau des réseaux. Dominique Cardon le fait d'ailleurs remarquer en ces termes : *« La présupposition d'égalité vise à n'évaluer les participants qu'à partir de ce qu'ils font, produisent et disent. Dans l'éthique des hackers, ce principe a toujours été revendiqué : un hacker doit être jugé sur sa production et non sur de faux critères comme les diplômes, l'âge, la race ou la situation sociale*[87] *»* (Cardon, 2010, p.79). En fait, c'est cet esprit d'ouverture d'internet, que le Web 2.0 permet de matérialiser un peu plus avec le développement des interfaces *open source* ou encore la possibilité d'interaction et de collaboration. Les internautes glanent de plus en plus de places et d'importance dans la formulation et la diffusion de l'information en ligne. Des *gratifications* qui rendent compte de la fonction centrale qu'ils occupent désormais dans la boucle de l'information en ligne. Par conséquent, ils influent sur ou infléchissent les orientations des sites qui évoluent dans le spectre de l'information, notamment les portails d'information. Ces portails d'informations vont avoir deux orientations éditoriales qui guident leurs styles respectifs. Ceux-ci *« créent une démarcation entre un pôle « productiviste » reposant largement sur le recours à des matériaux produits par des tiers « établis » (dépêches d'agences, communiqués d'entreprises, autres médias) et un pôle « angliste » s'attachant volontairement à des sujets originaux (au moins dans leur mode de traitement) par le recours, notamment, aux ressources offertes par l'internet : blogs et commentaires. »*[88] (Idem, 2009, p.p2-3). À l'analyse des portails d'informations sénégalais, nous voyons que certains optent pour un pôle *productiviste* à l'instar de *leral* alors que *seneweb* s'inscrit dans une logique plus hybride mais plus orientée vers le pôle *angliste*. Ce dernier accorde une place particulière aux contenus générés par les utilisateurs. Ces contenus ne reçoivent, dans le contexte sénégalais, aucune gratification si ce n'est la reconnaissance que les blogueurs ont, mais aussi leur liberté de s'exprimer. C'est aussi le cas pour les commentateurs des contenus publiés sur ces portails. Au Sénégal, les particuliers qui publient souvent dans ces portails ne sont pas rémunérés. Si leurs articles peuvent être pertinents et attirer des lecteurs, c'est le portail qui engrange les bénéfices du nombre de visites des blogs qui y sont hébergés. Les logiques économiques expliquent donc en partie cette possibilité offerte aux utilisateurs de créer des blogs dans des portails comme *Seneweb*. À ce propos, Proulx, Millerand, & Rueff, (2010) déclarent : *« nous retenons comme piste de réflexion*

[87] Lévy, Steven, Hackers. Herves of the computers Revolution, New York, Dell Book, 1985, p.43

[88] Damian-Gaillard, Béatrice., Rebillard, Franck., Smyrnaois, Nikos., 2009- Communication au colloque New media and Information, Athènes, 6-9 Mai 2015

privilégiée la proposition de Bernard Stiegler qui fait l'hypothèse de l'émergence d'une troisième phase du capitalisme, «l'économie de la contribution», qui succéderait à la première phase productiviste et à la deuxième phase consumériste de l'économie capitaliste (Stiegler, Giffard et Fauré, 2009). L'économie de la contribution proposée par Stiegler fait écho à l'hypothèse du capitalisme cognitif de Moulier-Boutang (2007), nouvelle phase du capitalisme où la connaissance apparaît au cœur de la production de la valeur. L'émergence d'un capitalisme informationnel veut dire que l'information joue un rôle pivot dans la production de la valeur (...) » (2010, p.p. 17-18). Cependant, comme nous le voyons, ici, le capitalisme informationnel ne mène pas à une véritable *économie de contribution* car la contrepartie financière est minime voire quasi inexistante. Seuls quelques pigistes, relevant d'une logique d'externalisation sont rémunérés à cet effet. Seulement, dans le cas de *Seneweb* qui dispose déjà de sa propre rédaction, l'externalisation en tant que telle n'est pas pratiquée.

En ce qui concerne *leral*, les commentaires sur les articles sont autorisés. Les sites Web sont donc dans l'obligation d'être à l'écoute de tout un chacun quelle que soit son opinion, sa vision et ses arguments. Depuis sa naissance *« Internet s'est montré beaucoup plus tolérant à l'égard des énonciations à la première personne, des points de vue péremptoires, des coups de gueule, des propos hasardeux, poétiques, loufoques, drôles ou vibrants. »* (Cardon, 2010, p.41). Ce qui est en cause ici, c'est le classement algorithmique des grands acteurs du courtage informationnel qui dépend des internautes. *« C'est le principe de la hiérarchisation ex post, effectuée par les internautes en fonction de leur position dans la structure des réputations sur la toile. Ce principe est cœur de l'algorithme de Google : le pagerank. Dans le Web documentaire des pionniers, les réponses des moteurs de recherche étaient classées par la fréquence des termes recherchés dans le site. Elles étaient souvent peu pertinentes. Avec Google c'est l'organisation sociale des jugements portés par les internautes qui produit une hiérarchie de visibilité. Un site sera bien classé (ou "ranké") s'il est cité par le plus grand nombre de sites eux-mêmes bien cités. Lorsque, sur son site, un internaute a créé un lien vers un autre site, il émet un vote. Ce classement méritocratique ne fait que transposer le modèle d'évaluation de la recherche du Science citation index. »* Cette structure de hiérarchisation des sites, oblige les portails d'information à accorder cette place aux internautes. Les éditeurs, étant dans l'obligation de cohabiter avec ces utilisateurs-producteurs se retrouvent donc dans une situation où ils doivent formuler les contenus informationnels mais aussi gérer les commentaires qui en résultent. Ils doivent donner accès à des blogs donc ils ne contrôlent pas l'intégralité des articles qui y sont produits.

4-1-1 Place des internautes dans le portail d'informations leral.net

Le portail d'informations *leral*, étant plus orienté vers une perspective *productiviste* accorde une place aux internautes. Cette place est cependant réduite aux commentaires qu'ils peuvent faire sur les articles qui sont produits. Mais c'est surtout sur la page *Facebook* que ces commentaires sont plus présents et récurrents. À l'observation du portail en tant que tel, nous constatons que les articles les plus commentés sont mis en exergue. Nous avons donc visité les contenus du portail, en nous consacrant aux articles les plus commentés de la semaine du Lundi 08 au Lundi 15 Mai 2017. Nous avons voulu voir dans un premier temps le nombre de commentaires qui ont été faits et leur moyenne sur ces articles afin de saisir à quel point les internautes commentent ces informations.

Articles	**Nombre de commentaires**
Entretien: Clédor Sène réplique à Ahmad Khalifa Niasse : « l'affaire des Libyens de 1988, ma part de vérité »	9
Actualités: Baïla Wane, ancien Dg de la Lonase: "Me Wade est un homme du passé"	7
Top 10 des footballeurs africains les plus fortunés	5
Enquête: Que sont devenus les barons du PDS et les hommes de main d'Abdoulaye Wade ?	3
El Hadji Diouf: «Ferdinand Coly n'a rien à dire, s'il est venu en équipe nationale, c'est grâce à moi»	2

Tableau de résumé des articles les plus commentés sur leral.net du 08 au 15 Mai

Pour un total de 26 commentaires sur ces articles, nous comptons donc en moyenne 5 commentaires par article sur le portail *leral.net* dans cette période. Nous constatons donc que les commentaires sont moindres sur ce site même si par ailleurs on en note au niveau des réseaux sociaux, notamment *Facebook*. Cependant, nous avons choisi de ne pas inclure ceux-ci dans le cadre de notre analyse. Le constat général que nous avons fait est que les commentaires apportaient souvent des informations ou comportaient des discussions. À une reprise, des

insultes et invectives ont été proférés par des internautes cependant.

Les expressions, locutions, groupes nominaux et verbes *« mentir »*, *« fils de pute »*, *« cons »*, *« pétasse de presse »* que l'on retrouve dans un commentaire qui semble sortir du lot, ne font en réalité que traduire des échanges entre internautes assez tendus ? Ceci se voit surtout sur les articles concernant la rubrique politique. Trois (3) de ces cinq (5) articles portent sur des thématiques politiques qui font l'objet d'opinions diverses. Des interventions d'internautes assez documentés sont d'ailleurs notées.

Ces pratiques s'apparentent à ce qu'on pourrait appeler de l' *« astroturfing »*. Sophie Boulay écrit à propos de l'astroturfing qu'elle *« se réalise à travers une panoplie de moyens de communication (Web, documents imprimés, création d'un faux groupe d'intérêts, sollicitation frauduleuse d'appuis à une cause, etc.) qui laissent entendre qu'ils sont d'origine citoyenne et/ou qu'ils défendent les intérêts des citoyens. Ils sont plutôt l'œuvre d'un autre acteur, gardant secrète sa réelle identité et ayant son propre agenda non avoué publiquement. Reposant sur de la fausse représentation, l'astroturfing se fond dans l'ensemble des innombrables stratégies de communication réalisées quotidiennement dans l'espace public, qu'elles soient apparentées aux pratiques de relations publiques, de communication marketing et/ou de publicité sociétale, entre autres. »*[89] (Boulay, 2012, p.62). Il s'agit donc, de personnes qui s'identifient, qui ont des

[89] Boulay, S. (2012). Exploration du phénomène d'astroturfing: une stratégie de communication usurpant l'identité citoyenne dans l'espace public. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (7), 61-84.

arguments et de la documentation politique, qui laissent croire que la précision avec laquelle ils les expriment en commentaires et l'exactitude des informations, font penser qu'il ne s'agit pas de citoyens qui délivrent innocemment ces messages. Nous avons ci-dessous un exemple assez probant de ces pratiques :

Amadou Clédor Séne, un renfort de taille pour l'opposition Sénégalaise

Il y a de ces êtres pour qui l'on voue une énorme estime jusqu'au jour où vous les pratiquez. Grande sera votre désillusion car l'image que vous concevez de la personne est différente du personnage. Par contre, il y en a certain que l'on mésestime des suites de préjugés défavorables dus aux échos véhiculés çà et là. Si on devait classer monsieur Clédor Séne, on le mettrait surement dans cette seconde catégorie. L'homme a été voué aux gémonies, traîné dans la boue et inculpé arbitrairement durant plus d'une dizaine d'années. D'ailleurs, René Descartes dans le discours de la méthode nous recommandait d'utiliser le doute cartésien pour ne pas se tromper.

Pour mieux cerner le personnage de Clédor Séne, il nous faut revisiter son passé. L'homme apprit le coran depuis sa tendre enfance chez son oncle Vieux Abass Gueye, qui par ailleurs est le père de Latif Gueye et de Mame Adama Gueye. En bon scientifique, il obtint le BAC D puis continua ses études universitaires à la FASEG. Malgré tous les soubresauts qu'il connut durant son parcours universitaire, il put obtenir son BTS en comptabilité et analyste programmeur. Mais ce qui fait sa véritable force, c'est qu'il a préféré apprendre par lui-même. C'est ce qui fait de lui présentement l'un des meilleurs experts au Sénégal en matière de gestion des ressources minières.

Il est en outre, l'un des acteurs majeurs de la vie politique contemporaine de 1983, en passant par l'année trouble 1988, sans oublier l'année 1993 date de son incarcération pour un assassinat dont les véritables auteurs ne sont personne d'autre que les faucons du défunt régime socialiste dont le pouvoir tenait à un fil. Le temps étant le meilleur des juges, la belle-fille, de leur ex-secrétaire général, a récemment voulu en finir avec un mongol à Guédiawaye pour des sacrifices rituels. Comme avec le cas Bamba Fall, Monsieur Ousmane Tanor Dieng a la mauvaise manie de trouver des boucs émissaires pour accomplir ses sales besognes politiques.

Le responsable du mouvement clairevision est l'un des rares leaders de l'opposition qui maîtrise le plus les aspects relatifs à la politique énergétique présentement appliquée par le Sénégal. Et c'est ce genre de député dont a besoin l'assemblée nationale. A la différence de monsieur Ousmane Sonko qui parle des choses qu'il ne maîtrise pas et qui transmet des informations non avérées, Monsieur Clédor Séne chiffre et détaille preuve à l'appui toutes ses assertions. Ecouter monsieur Clédor Séne parler, c'est apprendre chaque jour quelque chose de nouveau.

Il incarne le nouveau type de politicien dont rêvaient les Sénégalais. Il a décidé d'exercer sa citoyenneté en formant ses jeunes concitoyens pour qu'ils puissent savoir que sur le plan énergétique vu les ressources naturelles dont dispose le Sénégal, que l'on peut avoir toutes les commodités nécessaires (climatiseur, réfrigérateur, fer à repasser, téléviseur) et payer 5 000 FCFA le mois. Sur le plan des retombées financières, nos ressources minières peuvent, selon Monsieur Clédor Séne, nous rapporter plus que les 117 milliards de FCFA déclarés par l'ITIE puisqu'en 1997 déjà, nous avions 300 milliards de FCFA annuellement alors qu'à l'époque ; il n'y avait pas le zircon, le fer, il n'y avait pas non plus plusieurs industries de phosphates et de ciments.

Voici le nouveau créneau de monsieur Clédor Séne. Et, c'est ce dont nous attendons de nos politiciens. Des personnes qui essaient de tirer leurs compatriotes vers un mieux-être et non des incultes qui s'invectivent à longueur de journée. Prêter une oreille attentive à Monsieur Clédor Séne est un préalable pour tout citoyen qui cherche à améliorer les conditions de vie des Sénégalais.

Cheikh Saliou Khouma

Ce commentaire qui retrace la vie d'un homme mis en cause dans le cadre des discours médiatiques dans des affaires de ressources pétrolières au Sénégal, vise certainement à laisser une bonne impression sur la personnalité en question. L'exactitude et la précision du texte, nous pousse à postuler que ce commentaire n'est pas neutre et sert bel et bien des desseins de marketing ou de valorisation d'image. On peut penser qu'il a pour objectif une clarification afin de pousser les autres internautes à ne pas juger négativement cette personnalité en cause, mais peut aussi traduire la volonté de le valoriser.

L'observation du portail *leral*, nous a permis donc de voir le niveau de participation des internautes sur ce site qui n'est pas fameux. De plus, nous voyons qu'il peut exister des dérives

et d'autres commentaires qui ont des objectifs bien précis de communication. Dans le cas de *leral*, l'existence de commentaires qui frôlent la dérive sans action aucune, renseigne sur le fait qu'un contrôle strict n'est pas exercé. Les internautes n'apportent donc, de ce point de vue, rien à l'amélioration des contenus des productions du portail mais à l'inverse, peuvent accroître les dérives. Cette négligence des commentateurs de leurs articles peut être expliquée par la nature du site en tant que telle. En effet, *leral* qui s'inscrit dans un pôle *productiviste*, accorde *a priori* une moindre importance aux contributions des *médianautes*. Nous allons voir si de son côté, *Seneweb* qui est orienté vers une autre perspective, accorde une plus grande importance aux réactions des lecteurs.

4-1-2 Place des internautes dans le portail d'informations Seneweb.com

Le portail d'informations *Seneweb* dispose d'une palette d'outils à disposition des réactions des internautes. Il offre, comme la majeure partie des autres sites, des possibilités de commentaires, mais aussi d'ouverture de blogs. Les blogs sont la principale différence qui existe entre *Seneweb* et les autres portails. Son orientation *angliste* fait qu'il octroie une large place aux contributions des internautes. Ce portail calque ainsi une partie de son mode de production de contenus sur les contributions de ceux-ci. *Seneweb* est donc de loin le portail le plus suivi au Sénégal du fait des productions et de l'intermédiation de contenus auxquelles il s'adonne activement dans son site mais aussi par le fait des internautes qui participent à son animation.

En ce qui concerne les blogs, nous comptons d'une centaine à presque quatre mille (4000) vues par article lors de la période de notre observation. Les articles les plus lus font référence à la religion, à la politique et à la société ainsi qu'au sexe. Ces *médianautes* apportent des contributions documentées dans des domaines qu'ils maîtrisent souvent. Ils ont donc un niveau de connaissance qui peut être comparé à celui des journalistes qui évoluent dans la rédaction dans beaucoup de domaines. En outre, ces blogs sont mis en valeur sur l'architecture du site de sorte que les visiteurs puissent suffisamment les voir.

Concernant les commentaires des internautes sur ce portail, nous constatons qu'ils sont nettement plus élevés, de sorte que leur analyse semble être assez compliquée. Nous avons évalué le nombre de commentaires des cinq (5) articles les plus commentés entre le Lundi 15 et Mardi 16 Mai sur le portail.

Articles	Nombre de commentaires
Culture : Fesman: Plus de 100 Milliards pour presque rien	120
Société : Gamou de Souima à Podor: Racine Sy mobilise trois avions	67
Politique : Khalifa Sall à Rebeuss: Durcissement des restrictions sur les visites	63
Politique : Contre les restrictions de la justice, Khalifa Sall boude les visites	58
Politique : Dakar: 17 manifestantes Pro Khalifa arrêtés par la police	58

Tableau de résumé des articles les plus commentés sur seneweb.com du 15 au 16 Mai 2017

À l'analyse des nombres de commentaires de ces articles que le site a sélectionnés comme les articles les plus commentés le 16 Mai à midi, nous comptons une moyenne de 73 commentaires par article. Cette moyenne est clairement supérieure à celle du site *leral.net*. Deux facteurs explicatifs au moins peuvent être convoqués pour expliquer cette grande différence. D'une part, *Seneweb* est plus visité que *leral* selon le *ranking* d'Alexa.com[90]. D'autre part, le pôle *productiviste* pour l'un, et *angliste* pour l'autre, expliquent le niveau de participation des internautes qui est plus élevé sur *Seneweb*.

Dans une autre perspective, nous constatons qu'à la différence de *leral*, *Seneweb* n'oblige pas l'identification pour les internautes. Néanmoins, il existe un bouton *signaler* pour dénoncer les commentaires abusifs, ce qui n'est pas le cas pour *leral*.

De plus, nous avons perçu les mêmes dérives relatives aux insultes et invectives sur *Seneweb*. Les administrateurs ou gestionnaires dépendent des signalements que les internautes font pour supprimer les commentaires inappropriés.

[90] alexa.com le 10 Juin 2017 ; Seneweb.com (4ème) et learl.net (9ème)

Anonyme Il y a 12 heures (10:42 AM)
0 Fans
N°: 54

MACKY C TA FAUTE KE LES SENEGALAIS NE PARDONNE PAS
IL FALLAIT METTRE CETTE FILLE MOCHE DANS LE NGOUFF
COMME TOUS LES VOLEUSES
POURKOI FAIRE UN POIDS DEUX MESURES
TU VOIS CE KE TA BONNETE VOUS AMENE
UNE FAMILLE DE VOLEUR TOUS EN PRISON
CE SONT DES IMBECILES
IL CROIT KE LE SENEGAL APPARTIENT A LEUR FAMILLE

NON MACKY MéRéNALA torope

mais neanmoins je voterai pour toi quelque soit les circonstances
es ce que tu savais que sindély a acheter un hotel a saly avec un grand
truand de la station directeur d'un autre hotel
suivez mon regard .quel est le directeur d'hotel dirigé par sa pute de femme ki
est baisée par n'importe ki ????

Repondre | +2 -0 Signaler | Permalink

Daouda Mine, rédacteur en chef du portail d'informations *Seneweb* explique qu'il existe deux formes de modérations : une modération à priori et une modération à postériori. La modération à priori consiste au contrôle des commentaires avant leur publication. Le chef de la rédaction de *Seneweb* nous dit en substance que le flux de commentaires ne saurait être contrôlé à priori. D'où la mise sur place du système de signalement. Comme nous le constatons, celui-ci ne suffit pas à éradiquer le phénomène des commentaires injurieux et décalés.

En outre, comme notre observation du site *leral* l'a déjà édifié, nous voyons aussi que plusieurs commentaires se rapprochent d'actions *astroturf* notamment sur les articles traitant de politique.

Greve Il y a 1 jour (14:37 PM)
0 Fans
N°: 21

Ca risk de mal tourner.La pire des stratégies se crée avec un silence accompagné de douleur,surtout quand son droit a été bafoué,violé.

Stop a l'injustice et au samba et nafi allarrr !!!!! Que la Délégation Générale a la Protection sociale et a la Solidarité Nationale(DGPSN) paye aux agents du Commissariat à la Sécurité Alimentaire(CSA)leurs 4 mois d'arriérés de salaire.Chak jour des promesses en en plus finir.Mensonge +mesonge+mensonge forever.Un salaire est un droit.

Comment expliquer cette situation alors que des sommes considérables sont redistribuées dans le cadre de différentes politiques publiques ?

C'est injuste, injuste injuste injuste

Repondre | +0 -0 Signaler | Permalink

Ici par exemple, ce que nous voyons, c'est un groupe corporatiste, à savoir des salariés qui sont défendus dans ce commentaire d'un article portant sur la politique. Ce genre de commentaire attire surtout l'attention sur des problèmes qui peuvent plus tard s'amplifier et s'inscrire dans l'agenda médiatique.

Le constat général est donc que les commentaires des internautes, qui gagneraient à être étudiés plus en profondeur, participent au sens et à la compréhension des contenus. Ils peuvent compléter l'information contenue dans l'article initial mais aussi servir d'autres desseins, ou être inappropriés. Notre observation des deux portails ne fait pas ressortir une participation à la régulation des contenus par les internautes. À l'inverse, nous notons plutôt d'autres irrégularités en commentaires même si ceux-ci peuvent quelquefois comporter d'autres informations.

Dans cette première section de ce chapitre, nous avons pu revisiter et mettre en exergue les évolutions de l'information en ligne ainsi que la place que les internautes ont gagnée dans sa chaîne de valeur. Ceux-ci, attribuent aux portails toute leur notoriété car c'est par leur visites, leurs recommandations que ces derniers deviennent plus visibles. Cependant, à partir de notre observation, ces internautes ne modifient pas les pratiques et les contenus. Les internautes deviennent au contraire une donnée de plus à gérer et à contrôler car potentiellement porteuse de dérives supplémentaires. En outre, nous voyons, que les commentaires sont des traces d'espaces publics ou se font voir un *agir stratégique* d'acteurs porteurs de discours politiques.

Nous allons voir dans les prochaines lignes, à partir d'une enquête menée auprès de ces mêmes internautes, quelles modalités et quelles motivations guident leur contribution.

4-2 Participations des internautes à l'information en ligne : Quelles implications dans la régulation des contenus ?

Dans cette partie de notre travail de recherche, nous mettons en exergue les résultats de notre enquête qui a porté sur cent (100) internautes. Cette section, convoque donc essentiellement des données empiriques. Le choix d'une enquête en ligne se justifie par le fait que les connectés sont les potentiels lecteurs et participants à l'information en ligne. Il nous est donc paru mieux indiqué de mener notre étude empirique auprès des connectés. Nous avons donc partagé le questionnaire sur les réseaux sociaux le 30 Mars 2017 et l'avons fermé le 10 Mai 2017. Questionner les usages ou pratiques des utilisateurs des portails d'informations uniquement en ligne peut sembler réducteur. Cependant, nous pensons que la meilleure manière de saisir les logiques des *communautés virtuelles*[91] (Rheingold, 1993) est de les enquêter en ligne. Ainsi, des modalités relatives aux profils des enquêtés, aux canaux et fréquences de fréquentation des portails, aux thématiques qui sont les plus suivies ainsi qu'aux niveaux de satisfaction et de participation ont été soumis. Cette enquête permet donc d'établir des liens entre ce que sont et ce que font les *médianautes* sur les portails d'information sénégalais.

Dans un premier temps, nous nous intéressons aux identités des enquêtés. La première question est donc relative à leur sexe. Soixante-six (66) répondants sont des hommes et (34) des femmes. Si 66% des répondants aux questionnaires sont des hommes, cette tendance est déjà ressortie lors de précédentes études sur les participations d'internautes. En effet, vu que ceux-ci sont les plus enclins à contribuer et à s'intéresser aux affaires politiques qui sont les plus traités dans ces portails, les hommes sont donc les plus présents sur ces sites. C'est du moins la thèse défendue par Marie Soleil Frère (2015), après une étude menée auprès de modérateurs de sites d'informations. Elle explique que *« le caractère majoritairement masculin des auteurs de commentaires constitue un élément central dans la construction de la figure de l'internaute qui ressort des entretiens menés avec les modérateurs. »* (Frère, 2015, p.157). Elle illustre cette idée en ces termes : *« On ne voit pas de pseudos de femmes quand il s'agit de sujets politiques, estime le modérateur du forum du Pays. Elles interviennent plutôt quand il s'agit de thématiques sociales ou des affaires de famille.* [92] *Or ce sont les thématiques politiques qui font*

[91] Rheingold H., The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier. Cambridge: The MIT Press, 1993, 360p.

[92] Abdoulaye Tao, modérateur du forum du Pays, entretien collectif, Ouagadougou, 6 août 2012. Cité par Frère (2015)

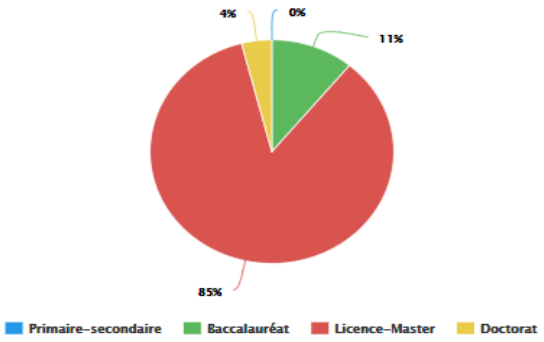
l'objet des débats les plus animés »[93] *(Frère, 2015,* p.157). Les tendances des genres et leurs centres d'intérêts respectifs sont donc perceptibles dans leurs habitudes de consommation de l'information en ligne.

Mais les profils des internautes en rapport avec leur consommation et niveau d'activité dans les portails ne se limitent pas seulement au genre. Nous avons questionné les niveaux d'études des répondants en second lieu.

Questionnaire sur la réception et la participation des internautes à l'information diffusée par les portails Sénégalais (Seneweb, Senego, Leral etc.)

Niveau d'étude

#	Question	Nb.	%
2	Niveau d'étude	100	100%
	Primaire-secondaire	0	0%
	Baccalauréat	11	11%
	Licence-Master	85	85%
	Doctorat	4	4%



Graphique et tableau de représentation du niveau d'étude des enquêtés :

Comme le montrent le graphique et le tableau de résumé, les internautes qui s'informent via ces portails d'informations appartiennent à une catégorie de la population sénégalaise assez élitiste. En effet, dans un pays où seulement nous notons 2. 852. 983 apprenants sur plus de 14 millions de Sénégalais[94], les internautes constituent une catégorie particulière de la population. Dans ce nombre d'apprenants au Sénégal, on observe que 6,0% sont au préscolaire, 53,3% au primaire,

[93] Marie-Soleil Frère, « Quand l'internaute bouscule la rédaction : Mutations journalistiques liées aux commentaires en ligne au Burkina Faso », Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo [En ligne], Vol 4, n°2 - 2015, mis en ligne le 15 novembre 2015.

URL :http://surlejournalisme.com/rev

[94] RGPHAE, 2013

24,6% au moyen, 11,3% au secondaire et 4,8% au supérieur. Les réponses à notre question faisant ressortir que 89% de répondants ont déjà obtenu le baccalauréat, donc appartiennent à l'enseignement supérieur. Nous établissons donc le rapport avec les 4,8% de la population sénégalaise qui a ce niveau d'étude. Nous constatons donc que c'est *une élite de l'élite* qui s'informe en ligne. Cet échantillon des internautes, constitue une partie minime de la population, qui sait lire, écrire, et dispose d'un certain niveau d'étude. Ce qui nous pousse à croire que les portails d'informations et de manière générale les sites d'information en ligne, s'adressent à une cible qui n'est pas assez représentative de l'ensemble de la population Sénégalaise. De plus, du fait de l'existence de différences au sein du pays où les zones urbaines sont plus et mieux connectées que celles rurales, qui, elles, peinent dans certains cas à disposer de l'électrification puis de la connexion à Internet, l'information en ligne comme l'éducation, restent concentrées en priorité dans les zones urbaines. Ici, notre constat corrobore celui qu'établit déjà Marie Soleil- Frère (2015) au Burkina Faso. Elle affirme : « notre *propre recherche portant sur 1.194 commentaires postés sur le même site*[95] *en septembre 2013 (Frère, 2015) confirme que les internautes qui s'expriment appartiennent à une petite élite citadine, connectée (c'est-à-dire bénéficiant d'un accès au matériel informatique et au courant électrique) et francophone. Les contributions se font en effet très majoritairement en français, dans un pays où cette langue n'est parlée que par une minorité, dotée du capital culturel adéquat.* » (Frère, 2015, p.157). Les profils des internautes semblent donc se rapprocher, du point de vue de leurs niveaux d'études au Sénégal et au Burkina Faso. Les réalités sociodémographiques du Sénégal, notamment concernant l'éducation et les profils des internautes, sont à peu près les mêmes dans tous ces pays de l'AOF.

Ces réponses sur le niveau d'étude élevé des internautes qui s'informent via ces portails d'informations, sont confirmées par la variable sur les professions ou activités des répondants. En effet, ceux-ci, déclarent en majorité être étudiants ou employés du secteur tertiaire c'est-à-dire travaillent dans le domaine des services qui ont très souvent traits à Internet. Ceci ne fait que confirmer le constat sur la catégorie de la population concernée.

[95] Le site en question est Lefaso.net

3	Profession/fonction	- étudiante - communication - Etudiante - Étudiant - Etudiant - Etudiant - étudiante - Étudiant - Étudiante - étudiante - Étudiante - eddd - Etudiant - Conseillère commerciale - militaire fantassin - photographe - Enseignant - Communicante - délégué médical - Enseignant Informatique, Responsable Informatique - consultant - Étudiant - Sans emploi - Chargée de communication - Programmatrice de spectacle - Étudiant - Digital Manager - Manager - Étudiante - Étudiante - Étudiante - Etudiante - Etudiant - Gestionnaire - Etudiant - Étudiante - Technicien des engins agricoles - Au chômage. - technicien en architecture - Fonctionnaire - Content Manager

Extrait du tableau des réponses sur les professions et activités des internautes

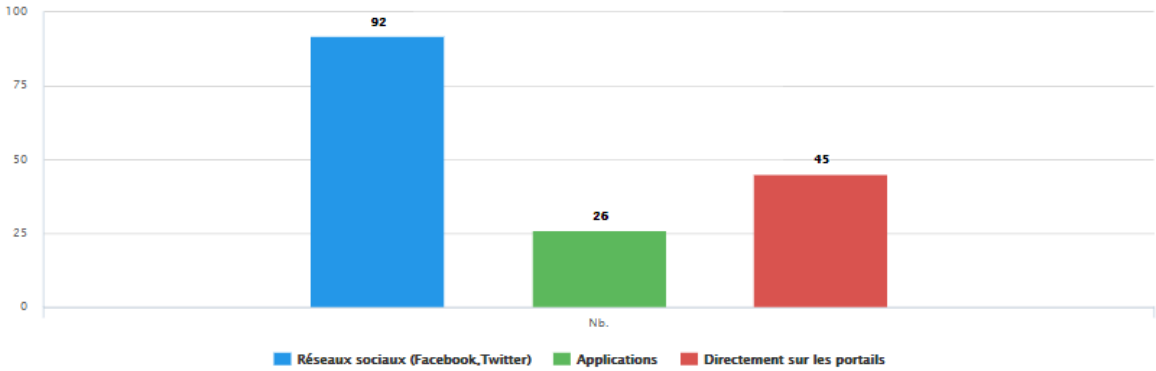
Après ces modalités concernant les identités et profils des internautes, nous avons questionné ces derniers sur des modalités relatives à leur consommation de l'information en ligne.

D'abord, nous nous sommes intéressé au fait que ces internautes visitent eux-mêmes les portails d'information en ligne pour s'informer. À la question de savoir si les internautes consultent les portails d'informations pour s'informer en ligne, quatre-vingt-dix-neuf (99) personnes ont répondu dont quatre-vingt-huit (88) affirment les consulter et onze (11) ne pas les consulter. Les répondants ayant été informés à l'avance qu'il s'agissait d'un questionnaire portant sur les portails d'informations, la réponse à cette question suggère que onze (11) répondants ne les consultent pas par rapport aux autres sites d'informations qui, eux, ne sont pas des portails. Cette question incomprise ou mal comprise, visait juste à confirmer le fait que ces répondants s'informent *via* les portails. Ces derniers, distinguent les portails de leurs pages *Facebook*, qui, rappelons-le, sont des prolongements de ces interfaces. La question qui suit celle-ci apporte justement des éléments de clarification par rapport aux moyens par lesquels ils accèdent à ces informations. Elle est formulée comme suit : « Par quels moyens trouvez-vous l'information en ligne diffusée par les portails ? »

Questionnaire sur la réception et la participation des internautes à l'information diffusée par les portails Sénégalais (Seneweb, Senego, Leral etc.)

- Par quels moyens trouvez-vous l'information en ligne diffusée par les portails ?

#	Question	Nb.	%
5	- Par quels moyens trouvez-vous l'information en ligne diffusée par les portails ?	100	100%
	Réseaux sociaux (Facebook,Twitter)	92	92%
	Applications	26	26%
	Directement sur les portails	45	45%



Graphique et tableau des réponses à la question sur les moyens d'accès à l'information des portails

Les réponses à cette variable sur les moyens d'informations des internautes nous montrent que ceux-ci s'informent prioritairement à partir des réseaux sociaux. Quatre-vingt-douze (92) internautes déclarent voir les informations diffusées par les portails d'informations via les réseaux sociaux, vingt-six (26) à partir des applications et quarante-cinq (45) répondants directement sur les portails. Nous voyons donc que cette variable à *réponses multiples* permet de voir que les internautes s'informent via des canaux multiples. Les réseaux sociaux qu'ils fréquentent, où ils échangent, recommandent, et commentent les informations qui y sont diffusés par les portails, sont des moyens privilégiés. En effet, ces réseaux sociaux, sont des espaces où les individus peuvent faire plusieurs choses à la fois.

Concernant les portails, ils sont visités directement par les internautes qui les affectionnent comme médias d'informations principaux. Quant aux applications qu'ils ont développées, elles deviennent de plus en plus incontournables pour les usagers qui, à travers leurs smartphones, ont un accès plus simplifié. Ibrahima Lissa Faye, président de l'APPEL, dit à ce propos qu' *« Aujourd'hui la presse en ligne est au premier plan (...) La presse en ligne est visitée par presque l'ensemble des sénégalais connectés. Et donc les gens, ils ne vont plus s'embrouiller*

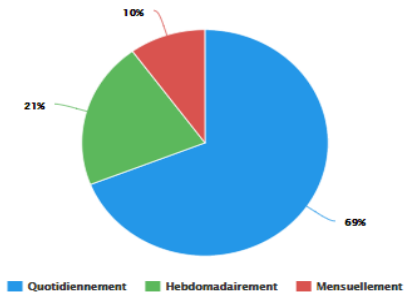
ou bien s'encombrer de journaux. Dès le matin, avec votre smartphone, votre tablette, tôt vous avez accès à l'information. Et donc la presse en ligne est devenue la première source d'information au Sénégal et je pense en Afrique de l'Ouest. » (13/02/2017). Nous assistons donc là, véritablement, à une simplification des rapports à l'information grâce à la convergence et à la miniaturisation. Avec son téléphone, on peut à la fois se connecter sur les réseaux sociaux, avoir directement accès aux informations *via* les applications développées par ces portails ou encore se connecter *via* un navigateur pour accéder à l'interface des sites. Ce sont donc là, *les nouveaux usages sociaux de l'actualité*[96] accélérés par les réseaux sociaux et applications qui font *« bifurquer les trajectoires d'usages des individus »* (Granjon, et Le Foulgoc, 2010, p.227). Cette tendance ne cesse de s'accélérer dans des pays comme le Sénégal où les populations sont de plus en plus connectées avec notamment l'ouverture au service universel dans des localités comme Matam dans le Nord du pays. Des initiatives sont entreprises par la puissance publique pour réguler et rendre la connectivité accessible.

Après cette question consacrée aux outils utilisés par les internautes pour avoir accès aux informations diffusées par les portails, nous avons questionné ceux-ci sur la fréquence de consultation des portails.

Questionnaire sur la réception et la participation des internautes à l'information diffusée par les portails Sénégalais (Seneweb, Senego, Leral etc.)

A quelle fréquence consultez-vous les portails d'information Sénégalais ?

#	Question	Nb.	%
6	A quelle fréquence consultez-vous les portails d'information Sénégalais ?	100	100%
	Quotidiennement	69	69%
	Hebdomadairement	21	21%
	Mensuellement	10	10%



Les réponses fournies pour cette variable montrent que l'écrasante majorité des enquêtés soit soixante-neuf pour cent (69%) de ceux-ci consultent quotidiennement les portails

[96] Granjon, F., & Le Foulgoc, A. (2010). Les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, (2), 225-253.

d'information. Cette grande frange des internautes est donc habituée et abonnée à l'information en ligne ; entretient ainsi un rapport de proximité avec celle-ci. Elle représente la figure des *médianautes* (Joannès, 2007) hyperconnectés et qui ne s'informent littéralement qu'en ligne. La deuxième figure des répondants (21%) qui affirment s'y informer quotidiennement, est moins nombreuse et représente les consommateurs non assidus. Nous pensons que ces internautes, étant connectés, s'informent par d'autres moyens tels que les médias classiques et dans une moindre mesure les médias en ligne. Cette deuxième catégorie nous semble donc faire une consommation hybridée de l'information classique et de l'information en ligne. Concernant les dix pour cent de répondants qui (10%) ne suivent les portails d'informations que mensuellement, il semble qu'ils soient moins connectés et encore dans le schéma de consommation unique des médias classiques. Il s'agit le plus souvent de *retardataires*[97] (Rogers, 1995, p.22)[98] selon la typologie des profils des connectés établie par *Everett Rogers*. Ces retardataires ont bien accès à la technique en tant que telle mais l'utilisent très rarement. Nous avons analysé les activités de ces répondants. Alors que la grande majorité des répondants est un public étudiant, seulement un (1) étudiant fait partie de ces 10 *retardataires*. Nous faisons donc l'hypothèse que ces *« retardataires »* sont dans le monde professionnel et ont un certain âge qui fait correspondre leurs usages médiatiques aux médias classiques. Cette variable fait donc ressortir essentiellement que les *médianautes* constituent un public majoritairement, jeune, instruit et hyper connecté.

Après cette série de questions sur les moyens, fréquences et profils des consommateurs de l'information provenant de ces portails, nous nous intéressons aux thématiques les plus en vue dans les habitudes de consommation de l'information en ligne de nos enquêtés.

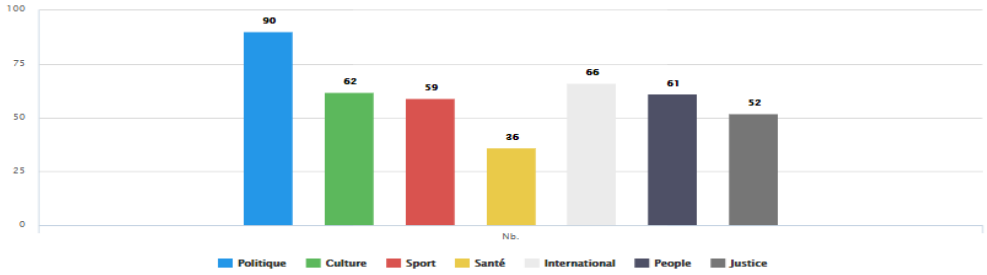
La question suivante a donc été posée à cet effet : « Quelles thématiques abordent les informations que vous recueillez sur ces portails » ?

[97] Les usagers sont classés en cinq profils types selon la façon dont ils se placent sur l'échelle temporelle de la diffusion : les innovateurs (innovators) ; les adoptants précoces (early adopters) ;la majorité précoce (early majority) ; la majorité tardive (late majority) ; les retardataires (laggards)

[98] Rogers Everett. Diffusion of innovations. NewYork : The Free Press, 1995 (fourth edition)

Quelles thématiques abordent les informations que vous recueillez sur ces portails ?

#	Question	Nb.	%
7	Quelles thématiques abordent les informations que vous recueillez sur ces portails ?	100	100%
	Politique	90	90%
	Culture	62	62%
	Sport	59	59%
	Santé	36	36%
	International	66	66%
	People	61	61%
	Justice	52	52%



Les réponses apportées à cette question, dont la variable est à réponses multiples, sont assez distribuées selon les thèmes que nous avons présentés. Le *sport*, la *santé*, et la *justice* sont des thématiques qui sont moins abordées par les portails et consultées par les internautes. Ceci est naturellement dû au fait que les feuilletons judiciaires, les évènements sportifs ou encore la thématique de la santé n'occupent l'agenda médiatique que dans les cas où il y'a des scandales ou épisodes judiciaires de personnes célèbres, des événements sportifs marquants ou encore lors des périodes où les épidémies ou pandémies comme Ebola, se développent. Ces trois thématiques, qui ont souvent toutes traits à la *politique*, se trouvent donc dans l'agenda médiatique à intermittence, c'est-à-dire de manière sporadique. Le fait qu'elles ne soient pas constamment présentes dans les priorités de l'agenda médiatique, justifie donc qu'elles soient moins consultées.

Ensuite, nous avons les rubriques *people*, *international* et *culture* qui sont consultées pour des raisons intrinsèques à chaque thématique. Pour la thématique *people*, elle est relative au sensationnel qui attire beaucoup les internautes. Elle intéresse ces derniers en donnant des informations sur des personnalités. D'ailleurs, cette thématique est souvent sujette à des dérives surtout en termes de violation des données à caractère personnel. En ce qui concerne la thématique de la culture, elle est aussi imbriquée au divertissement et touche à la musique, aux arts, qui attirent les internautes. Les nouvelles de l'*international* quant à elles, constituent une fenêtre pour le public, qui veut être au fait de l'actualité internationale. Au moins quatorze (14) médias et sites Web d'informations qui publient des contenus à caractère international sont repris par *Seneweb*. Ceci montre l'importance que le portail accorde à cette rubrique sur son

site et la met en exergue dans son arborescence. Les thématiques de la *culture*, du *people* et *l'international* sont donc particulièrement suivies par les internautes.

Enfin, il y'a la rubrique *politique*. C'est la rubrique la plus couverte médiatiquement, qui est la plus commentée, qui fait l'objet de plus de contribution, et suscite le plus d'intérêts. Ceci est dû au fait que, la parole étant libérée sur ces portails, ils deviennent de véritables arènes où les opinions et les idées s'affrontent. Cette *nouvelle agora électronique* que Rheingold pensait comme des formes novatrices de montée des débats dans l'agenda politique, permettrait aux citoyens de participer aux débats sans restrictions. L'internet permet surtout de militer en ligne en défendant ses idées sans aucune barrière géographique nous dit en substance Patrice Flichy[99]. Le fait politique qui se retrouve donc constamment au cœur de l'actualité, est le plus suivi des internautes.

Globalement, les thématiques suivies sont assez diversifiées. Celles-ci, semblent varier et évoluer en fonction des contextes.

Après cette variable sur les thématiques suivies, nous nous consacrons aux habitudes de consommation des internautes à part l'information en ligne. Nous les avons donc questionnés sur leur consommation d'information provenant d'autres médias que les portails d'informations. La quasi-intégralité soit quatre-vingt-dix-sept pour cent 97% des répondants affirment s'informer avec d'autres médias. Nous avons par la suite voulu connaître les principaux concurrents des portails où ces répondants s'informent. Cinq autres variables de l'information classique ou en ligne ont donc été proposés : les sites des médias existants offline ; la presse écrite ; la radio ; la télévision et les blogs.

[99] Flichy, Patrice. « Internet et le débat démocratique », Réseaux 2008/4 n° 150, p. 159-185.DOI 10.3917/res.150.0159.

Si Oui lesquelles?

#	Question	Nb.	%
9	Si Oui lesquelles?	97	100%
	Sites de médias existants off line	24	24.74%
	Presse écrite	61	62.89%
	Radio	72	74.23%
	Télévision	79	81.44%
	Blogs	36	37.11%

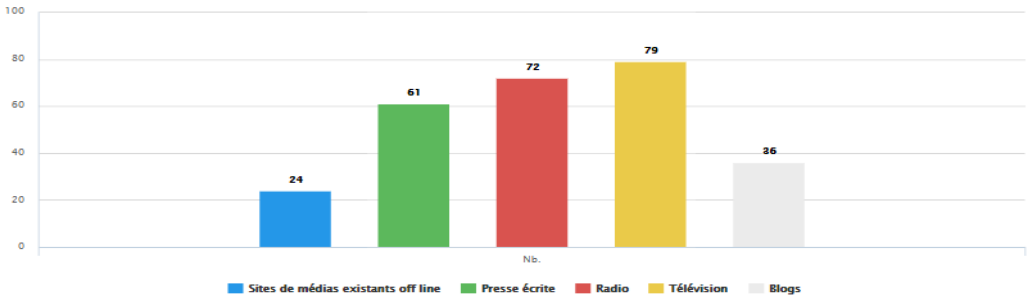


Tableau et graphique des autres médias suivis par les internautes :

Les internautes que nous avons enquêté plébiscitent de manière générale les médias dits classiques dans leurs habitudes de consommation hormis les portails. En effet, 81,44% d'entre eux suivent encore la télévision, 74,23% consomment la radio et 62,89% la presse écrite. Ces trois grands taux reflètent une réalité fondamentale et importante à saisir. Les Sénégalais et les internautes ici représentés, restent encore très attachés aux médias dits traditionnels. D'ailleurs, les portails d'informations que nous étudions reprennent des émissions radios et télévision sur leur site. Des consommateurs passeraient donc par les portails pour avoir accès à ces programmes en podcasting du fait que ces médias classiques n'offrent pas toutes ces possibilités sur leur site. Ce qui profite aux portails d'informations et qui est souvent source de conflits et d'accusations de reprise illégale de la part des médias dits traditionnels. La télévision est, en effet, le média le plus suivi. En effet, selon l'*Afriscope* 2015[100], la télévision devient le média le plus consommé au Sénégal avec 92% des individus âgés de 15 ans qui le suivent quotidiennement avec une moyenne de 3h 21 minutes. Quant à la radio, elle enregistre 80% d'auditeurs quotidiens au Sénégal avec une moyenne d'écoute de 2h 03 minutes. Cette étude d'*Africascope* sera confirmée par celle de Médiamétrie du second semestre 2016, cette fois, menée dans une zone moins élargie au Sénégal. Selon cette étude, *« Entre le 18 septembre et le 12 décembre 2016, en moyenne près de 85% (83,7%) des habitants du Grand Dakar ont regardé la télévision chaque jour (1,44 million). Ils y ont consacré en moyenne 3 heures et 13*

[100] Africascope 2015, TNS SOFRES 2015. Étude menée sur 7 pays (Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Gabon, Mali, République Démocratique du Congo, Sénégal) représentant 18,6 millions d'individus âgés de 15 ans et plus.

minutes chaque jour » alors que « Sur cette même période, en moyenne 62,8% des habitants de Dakar (1,07 million) ont écouté la Radio pour une durée d'écoute de 2 heures et 50 minutes en moyenne par jour moyen (lundi – vendredi) et par personne. »[101] Traditionnellement considérée le média africain du fait de son oralité, la radio est de plus en plus devancée par la télévision. Un autre facteur qui établit une différence entre la radio et la télévision est le support en tant que tel. Les télévisions développent plus des politiques vers les réseaux sociaux en y diffusant en direct leurs programmes.

Comme nous le voyons, les médias classiques gardent toute leur place et leur importance chez les consommateurs de l'information en ligne. Les portails ont justement saisi cette réalité en reprenant les programmes les plus suivis sur ces médias.

En sus de la prépondérance de ces médias dits classiques, 37,11% des internautes suivent les blogs et 24,74% les sites web des médias classiques. Ces derniers, semble-t-il, n'ont pas encore assez saisi les menaces ou opportunités que peut comporter le numérique. En ce qui concerne les blogs, leur pourcentage est bien en deçà de celui des autres médias mais au-dessus des sites des médias classiques, alors que seul *seneweb.com* offre des possibilités de blogs en bonne et due forme. Ceci renseigne déjà sur la force croissante qu'acquiert le blogging comme source d'information. Le déplacement opéré au niveau des frontières du *gatekeeping*[102] est donc clairement perceptible. Les journalistes ne se trouvent certes pas directement concurrencés de par leur statut, mais sont sérieusement contrebalancés par ces producteurs volontaires, instruits et quelquefois fins connaisseurs des domaines abordés. Marianne Cornet, estime qu'à mi-chemin entre des formules professionnelles et contributives, ces plateformes s'insèrent dans la dynamique du journalisme actif en proposant des schémas transgenres d'information. (Cornet, 2016, p.61). Les blogs sont donc des interfaces où se peuvent se mélanger amateurisme et expertise, professionnalisme et populisme. Nous entrevoyons donc les évolutions en cours dans la sphère médiatique générale au Sénégal avec une part active de l'audiovisuel dans celle-ci.

À la suite de cette question sur les habitudes de consommation, nous avons interrogé les internautes sur leur niveau de satisfaction par rapport à l'information en ligne.

---

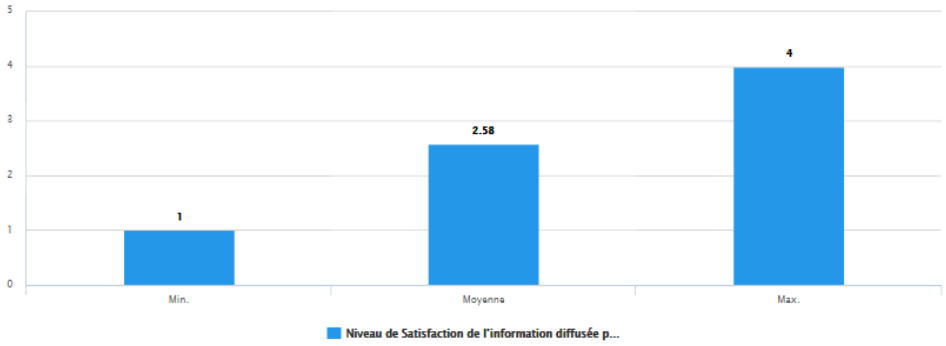
[101] Médiamétrie, Mesure d'audience de la Télévision, de la Radio et l'usage des réseaux sociaux au Sénégal/Résultats du 2nd semestre 2016

[102] Gatekeeping: "Developping in the seminal American studies of the 1950s (White, 1950; Carter, 1958), a gatekeeper is an individual who filters out and disregards unwanted, unintersting and/or unimportant information or stories and attends to information of more import" (Franklin et Co, p.92)

Niveau de Satisfaction de l'information diffusée par ces portails

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
10	Niveau de Satisfaction de l'information diffusée par ces portails	100	1	2.58	4

#	Question	Détail nb.(%)
10	Niveau de Satisfaction de l'information diffusée par ces portails	100 (100%)
	1	10 (10%)
	2	30 (30%)
	3	52 (52%)
	4	8 (8%)
	5	0 (0%)



Graphique et tableau du niveau de satisfaction des internautes sur l'information diffusée par les portails

L'information diffusée par les portails d'information bénéficie d'un satisfecit très relatif chez les internautes. Avec une moyenne de 2.8 sur 5, un peu plus de la majorité est donc assez satisfaite de cette information. Il est à noter qu'aucun répondant n'a donné la note de 5 qui exprime l'entière satisfaction. 52% a donné la note de 3 et 30% a donné la note de 2. Ceci montre que cette information est certes consommée par les internautes mais ne les agrée pas forcément tout le temps. Cependant, ces internautes ne semblent pas toujours réagir spontanément quand ces informations ne leur satisfassent pas. Ils peuvent réagir de différentes formes. *« Ces différentes formes de réaction du lecteur-contributeur, soucieux de manifester son mécontentement, ne sont pas rappeler celle du client classique, identifiée par Hirschman (1970). Dans sa typologie, défection et prise de parole cohabitent au côté de la loyauté-souvent affichée sur le site. La prise de parole, telle qu'elle se pratique dans l'extrait précédent, semble régulièrement précéder la défection dès qu'une tension se fait trop importante entre les attentes qui justifient l'engagement du public et les pratiques telles qu'elles s'observent réellement. »*[103] (Granjon, Le Foulgoc, p.210). Les internautes préfèrent donc, soit rester loyaux aux portails,

[103] Granjon, Fabien et Le Foulgoc, Aurélien. Les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, 2010, no 2, p. 225-253.

soit prendre la parole à travers des commentaires et/ou contributions. L'option de la défection semble être adoptée en dernier ressort comme l'expliquent Granjon et Le Foulgoc.

Après cette question portant sur le niveau de satisfaction des internautes, nous nous sommes attelé aux commentaires en tant que tels des internautes. Ainsi, nous avons posé la question suivante : *« Commentez-vous les publications des portails d'information sur leur site ou sur les réseaux sociaux ? »*

Commentez-vous les publications des portails d'informations sur leur site ou sur les réseaux sociaux ?

#	Question	Nb.	%
11	Commentez-vous les publications des portails d'informations sur leur site ou sur les réseaux sociaux ?	100	100%
	Oui	30	30%
	Non	70	70%

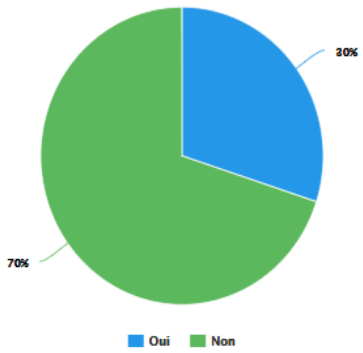


Tableau et graphique du taux de commentaires des internautes

La majorité des internautes, soit 70% d'entre eux déclare ne pas commenter les publications sur les portails d'informations. C'est donc une minorité de *médianautes* qui réagit en commentaire sur les publications de ces portails. Si nous voyons que ces internautes n'affichent pas une entière satisfaction par rapport aux informations transmises par les portails, ils ne semblent pas privilégier les commentaires de prime abord. Les 30% qui commentent semblent être des habitués, des inconditionnels de l'information en ligne. Comme nous l'avons vu lors de notre analyse des commentaires, ceux-ci semblent être plus orientés vers des stratégies politiques ou se prêtent à des dérives. Les commentaires qui apportent des éléments d'informations existent mais constituent une minorité. Cela n'enlève pas pour autant leur caractère essentiel lorsqu'ils sont documentés, car ils peuvent servir de base aux journalistes pour rédiger leurs articles ou encore attirer leur attention sur des sujets. C'est ce que semblent expliquer Granjon et Le

Foulgoc en ces termes : « *en quoi la participation des abonnées est-elle un vecteur d'amélioration? Tout d'abord, ces abonnés ont la possibilité de participer à la production journalistique à différents moments du processus d'écriture. Ils peuvent ainsi intervenir en amont de l'écriture et de la publication d'un article, par exemple en proposant des sujets aux membres de l'équipe de journalistes, souvent couplés à du contenu ou encore proposant eux-mêmes leurs sources.* » (Granjon Le Foulgoc, 2010, p.211). En participant, ceux-ci font indirectement des suggestions aux journalistes sur leurs sources ou encore sur des sujets à traiter ultérieurement. Nous retenons cependant que cette participation raisonnée et documentée en commentaires dans ces 30% de répondants, paraît être assez minime. La participation en commentaires sur ces portails d'informations reste donc infinitésimale par rapport aux afflux de visiteurs et de consommateurs de leur information.

Après cette question portant sur les commentaires des internautes, nous avons voulu spécifier leur niveau de participation lorsqu'ils estiment que les contenus sont inappropriés. Il était question, dans un premier temps, de voir si ces derniers intervenaient activement en temps normal sur les portails. À la suite, nous leur avons questionné sur leur participation en commentaire ou non, lorsque des contenus jugés illicites ou obscènes sont publiés sur ces portails. Dix-neuf pour cent (19%) des internautes commentent pour dénoncer des irrégularités. En faisant le rapport des internautes qui déclarent commenter en temps normal (30%) et ceux qui commentent en cas de dérapages (19%), nous voyons une différence qui traduit encore plus le fait que ces internautes ne participent pas activement. Si 19% des 30% de commentateurs le font lorsqu'ils ne sont pas enchantés par les contenus, donc sont poussés à réagir, seuls 11% de participants actifs, constants et réguliers semblent participer en commentaires. Globalement, les internautes semblent être assez peu à signaler le caractère inapproprié des contenus. La petitesse du pourcentage renseigne donc sur le poids de ceux-ci sur les portails. Ils ne seraient pas le critère le plus déterminant pour les rédacteurs des portails. Les commentaires des internautes, n'infléchissent donc pas assez les contenus des portails dans le sens d'une épuration. Les discours qui ont accompagné le Web 2.0, ses possibilités, le déplacement des frontières de la médiation et la naissance de nouveaux acteurs du *gatekeeping*, est à nuancer. En réalité, une minorité d'internautes se transforme en lecteurs-contributeurs. Cela n'enlève en rien leur posture critique par rapport à l'information diffusée par les portails, comme en atteste le niveau de satisfaction qu'ils expriment, ainsi que les autres médias qu'ils suivent. C'est donc un noyau qui n'est pas forcément mû par des logiques d'*agir communicationnel* qui participe en commentaires sur les publications des portails d'informations. L'information en ligne offre

techniquement la possibilité de réagir. “ *Il relie des internautes dans sa tradition de pair à pair. Commentaires, partages, publications, autant d’aspects rédactionnels qui ont changé les conditions d’informations. Les médias participatifs se basent ainsi sur ces outils pour programmer des interfaces améliorées. Ils ont inséré directement dans les sites internet des fonctions éditoriales autonomes et plurielles. Les contributeurs disposent alors d’un arsenal technologique simple pour produire des contenus. Articles, photographies, dessins, vidéos, toutes les œuvres individuelles sont possiblement publiables en ligne.* », (Cornet, 2016, p.152). Dans les faits, les consommateurs de l’information en ligne au Sénégal n’utilisent pas tous ces possibilités en interagissant en commentaires.

Nous nous sommes ensuite intéressés au pourcentage d’internautes qui produisent véritablement de l’information en contribuant sous forme d’articles ou qui détiennent un blog dans ces portails.

Contribuez-vous à travers des articles publiés par les portails ou tenez-vous un blog de ceux-ci ?

#	Question	Nb.	%
13	Contribuez-vous à travers des articles publiés par les portails ou tenez-vous un blog de ceux-ci ?	100	100%
	Oui	14	14%
	Non	86	86%

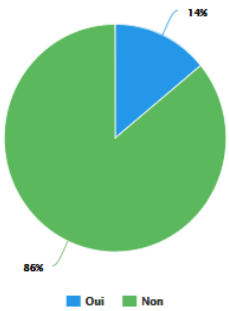


Tableau et graphique du pourcentage d’internautes qui contribuent en articles ou sur des blogs

Les réponses fournies à cette question par les internautes ne font que confirmer les tendances des réponses précédentes. Quatorze pour cent (14%) des internautes que nous qualifions *d’actifs*, produisent eux-mêmes de l’information. Sur *Seneweb*, les blogueurs engrangent jusqu’à quatre mille vues sur des articles qui traitent de plusieurs thématiques. *Leral* quant à lui, publie des contributions d’internautes sous forme d’articles. Nous assistons donc à un *journalisme participatif* où les *UGC* alimentent les portails d’informations mais, se voient gratifiés d’une reconnaissance de l’adjonction du nom du site web *leral* ou *Seneweb* sur leurs articles. Cette notion de journalisme participatif évoquée est assez englobante. Pour Rébillard

(2011), *« à n'en point douter, la notion de journalisme participatif aura d'abord été employée pour désigner la production directe, par des non-professionnels, d'écrits ou de documents audiovisuels en lien avec l'actualité. Publiée sur un espace web personnel (blogs) ou sur une plateforme dédiée à l'autopublication (site participatif), cette matière informative originale vient s'ajouter à celle produite dans les espaces du journalisme professionnel, sur l'Internet comme sur d'autres supports (presse, radio, télévision). Qualifiée de journalisme amateur ou citoyen en français, grassroots ou citizen journalism en anglais, une telle pratique a tôt été célébrée par des essayistes de renom et envisagée comme universelle pour l'ensemble des individus : c'est le sens des formules à succès We the Media de Gillmor (2004) ou médias des masses de Rosnay (2006).* »[104] (Rébillard, 2011, p.29). Ces formules comme *« We the media »* de Gillmor traduisent un imaginaire de l'individu comme média qui a surestimé la participation des internautes pour nous, d'autant plus que la plupart des études d'ordre empirique établissent que ces journalistes participatifs constituent une catégorie assez particulière des populations et des connectés. Rébillard l'illustre encore une fois en ces termes : *« Or, ces prophéties ne se sont pas complètement réalisées. Les études sociologiques menées depuis à ce sujet montrent que si cette pratique s'est assurément développée, d'une part elle n'est pas répandue dans l'ensemble de la population, loin de là, et d'autre part elle reste confinée à l'intérieur d'une frange intellectuelle de la société. »* (ibidem, 2011, p.29). Ce constat fait sous d'autres horizons que dans le contexte sénégalais, et qui s'y confirme, montre bien à quel point le *journalisme citoyen* se rapporte plus à la citoyenneté athénienne. Cet espace public, comme celui d'Athènes, accepte une certaine catégorie de la population dotée de caractéristiques propres, leur permettant de prendre la parole dans la plèbe numérique.

À la suite de cette série de questions adressées aux internautes, nous terminons le questionnaire en leur demandant s'ils ont l'impression que leurs remarques sont prises en compte par les diffuseurs de l'information en ligne, ici les portails.

[104] Rébillard, Franck (2011). Création, contribution, recommandation : les strates du journalisme participatif. *Les Cahiers du journalisme*, (22/23), 28-40.

Pensez-vous que vos commentaires ou remarques par rapport aux contenus inappropriés sont pris en compte ?

#	Question	Nb.	%
14	Pensez-vous que vos commentaires ou remarques par rapport aux contenus inappropriés sont pris en compte ?	100	100%
	Oui	16	16%
	Non	84	84%

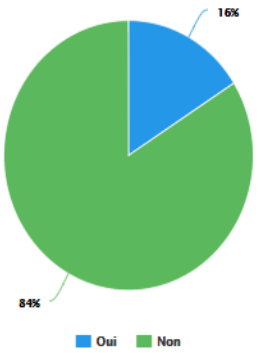


Tableau et graphique de représentation des réponses des internautes par rapport à la pris en compte de leurs commentaires et/ou remarques

Ces résultats font transparaître une tendance principale. Celle qui consiste au fait que les internautes ne commentent pas souvent, parce qu'ils estiment que leurs commentaires ne seront pas pris en compte. Une relation de cause à effet, est, en effet, à établir entre la participation, et le sentiment d'une prise en compte de celle-ci. 16% des internautes seulement estiment que leurs remarques ou commentaires, probables ou effectifs, sont susceptibles d'être pris en compte par les portails. Ce pourcentage traduit la perception que les internautes ont des producteurs ou intermédiaires d'informations que sont les portails. La logique gestionnaire des journalistes en ligne est interpellée. Ces internautes, à 84% perçoivent le manque d'intérêt des journalistes à l'endroit de leurs réactions. Nous postulons donc que la prise en compte de l'internaute comme *co-constructeur* de l'information en ligne ou acteur de ce spectre est insuffisante au niveau des portails d'information sénégalais.

Au terme de ce chapitre qui a porté sur les résultats de notre enquête auprès d'une centaine d'internautes, nous avons pu apporter des éléments de clarification par rapport aux questionnements se rapportant à notre deuxième hypothèse. Suite à cette enquête qui a gravité autour d'une quinzaine de questions, nous pouvons dégager un triptyque de faits relatifs à notre objet :

- D'abord, les profils des internautes qui fréquentent les portails d'informations font ressortir que ceux-ci sont en majorité des hommes, ayant un niveau de formation de

l'enseignement supérieur, en majorité entre la licence et le doctorat. Cette frange constitue une minorité parmi la minorité des populations instruites et connectées. Les portails d'informations ont donc comme consommateurs des internautes avertis et potentiellement très critiques.

- Ensuite, ces internautes qui consomment pour la plupart cette information quotidiennement via les réseaux sociaux, s'intéressent le plus à l'actualité politique sur ces portails. Ce qui pourrait laisser penser à un prototype d'arène politique numérique qui y prend forme, et où l'*agir stratégique* des internautes semble prendre une grande part. Par ailleurs, ceux-ci ont une habitude de consommation des médias traditionnels que les portails semblent compléter notamment à travers la reprise des contenus en format de podcast. Le niveau de satisfaction des consommateurs est assez mitigé, pouvant aussi justifier leur ancrage dans ces médias classiques et leur réception négociée.
- Enfin, les questions qui ont porté sur la participation des internautes via les commentaires, blogs, contributions ou remarques, nous ont édifiés sur le fait que, loin des possibilités techniques offertes et des discours qui promeuvent un web entièrement participatif, les internautes sénégalais ne participent pas assez et estiment que leurs participations ne font pas l'écho qui sied chez les gestionnaires des sites en question. Nous en retenons, que les *médianautes* jouent un rôle assez minime ou presque nul dans la régulation des dérives des contenus de l'information en ligne. Au contraire, des commentaires qui peuvent être considérés comme des dérives sont très souvent relevés sur ces portails dont les gestionnaires adoptent un système de contrôle à posteriori des commentaires. Les internautes ne participent donc pas à une régulation des contenus.

Cette deuxième partie qui a porté sur les acteurs de l'information en ligne que sont les professionnels de l'information en ligne et les internautes qui consomment et contribuent à cette information diffusée par les portails, s'est intéressée aux jeux de ces acteurs en faveur ou en défaveur d'une régulation des contenus diffusés sur ces portails.

Dans un premier temps, nous avons étudié les organes d'autorégulation des médias, qui paraissent comme des prolongements des organes d'autorégulation des médias traditionnels en raison des mêmes principes basiques d'éthique et de déontologie qu'ils partagent et auxquels s'adjoignent des spécificités du numérique. Si en Afrique de l'Ouest Francophone, seulement la Côte d'Ivoire et le Sénégal semblent arpenter le sentier de l'autorégulation de l'information

en ligne, à travers des projets de labellisation, et un dispositif d'autodiscipline, nous notons qu'au Sénégal, malgré la relative efficacité de l'organe principal qu'est l'*APPEL*, d'autres acteurs de l'information en ligne s'inscrivent dans des dynamiques de positionnement pour constituer une alternative à cet organe principal. Ce qui entame forcément la cohérence et l'efficience de l'autorégulation de l'information en ligne au Sénégal surtout si une grande partie des sites évoluant dans ce spectre n'ont pas encore adhéré à ces associations. Nous retenons cependant, que l'*APPEL*, joue un rôle important, en termes d'autorégulation, parfois aux relents de co-régulation, en sensibilisant, en participant aux travaux et en instaurant une jurisprudence de bonnes pratiques en son sein.

Dans un second lieu, nous avons étudié le rôle des internautes, conçus comme dorénavant des acteurs à part entière de l'information en ligne dans le web 2.0 qui est par essence participatif. Les résultats du questionnaire administré à cent (100) internautes, nous montrent clairement que malgré leur profil et leurs habitudes de consommation médiatique qui en font potentiellement des récepteurs critiques et actifs, ils ne réagissent pas forcément en s'exprimant. Trente pour cent (30%) d'entre eux réagissent en commentaires sur les publications des portails, dont 11% régulièrement et 19% en cas de dérives. Quatorze pour cent (14%) des internautes tiennent un blog ou publient des contributions sur les portails alors que seize pour cent (16%) d'entre eux estiment que leur avis n'est pas pris en compte. Les internautes joueraient donc un rôle minime dans les ajustements qu'opèrent les rédactions des portails pour limiter leurs dérives au niveau des contenus.

Cette seconde partie nous a donc donné des éléments de réponses concrets et probants sur la seconde hypothèse que nous avons en introduction.

Conclusion générale :

Au terme de ce travail de recherche ayant porté sur la thématique de la régulation des portails d'informations et plus largement de la régulation de l'information en ligne au Sénégal, nous avons pu repérer plusieurs éléments d'éclairage à notre problématique, qui s'en trouve mieux dégagée et probablement à approfondir. L'étude de la régulation des portails d'informations sénégalais que nous avons entrepris s'est articulée autour de deux artères principales qui ont conduit son cheminement et sa structuration :

Dans un premier temps, nous avons consacré un travail diachronique et analytique aux portails d'informations à travers leur histoire, leurs évolutions, les études qui leur ont été consacré via l'*Economie politique de la communication* et leur implantation au Sénégal. Parallèlement, un retour sur les évolutions des médias au Sénégal partant des médias classiques et analogiques aux médias en ligne a été opéré, mais aussi une fouille dans l'environnement des organes régulateurs a été faite. Ces derniers ont été auscultés dans un cadre sous-régional et géo-culturel ayant la langue française en partage afin de dégager les tendances générales de leur organisation. Nous avons pu entrevoir des aspects de ressemblance mais aussi de contraste entre ces environnements de régulation qui se différencient selon le niveau de démocratie des pays. Au Sénégal, il existe un trio de régulation, l'un s'occupant de l'audiovisuel (*CNRA*), l'autre des télécommunications (*ARTP*) et la dernière des donnée personnelles (*CDP*) en étant accompagné d'un arsenal juridique depuis 2008. L'existence de ces trois organes de régulation qui agissent en ordre dispersé sans réelle articulation de leurs actions et de leurs domaines de compétences semble déstructurer la régulation dans un contexte de convergences multiples. Des convergences qui sont techniques, médiatiques et économiques.

Face à cette incohérence et à ce manque d'articulation des organes de régulation, à un arsenal juridique quelque peu insuffisant, à une régulation de l'Internet techniquement impossible ou difficile car opérée par une structure non étatique étasunienne, les dérives des portails d'informations ne sont pas encore stoppées par les dispositifs mis en place par la puissance publique. Sur Internet, *« Le code c'est la loi (code is law). Le succès de la formule du juriste américain Lawrence Lessig tient au fait qu'elle assume pleinement l'idée que, sur Internet, les choix d'infrastructures logicielles sont plus contraignants pour les utilisateurs que les interdits juridiques*[105]*. »* (Cardon, 2010, p.95). Cette assertion illustre bien le fait que bien plus qu'un

[105] Lessig, Lawrence. Code: Version 2.0, New York, Basic Books, 2006.

appareillage juridique, ce sont donc des choix des acteurs en rapport avec les techniques qui pourront aboutir à une amélioration des pratiques.

L'ensemble de ces éléments d'ordre conjoncturels que sont, entre autres, le retard des puissances publiques par rapport aux évolutions rapides du numérique, le manque d'efficience des trois organes de régulation face aux convergences; et structurels à savoir la structure technique de l'Internet qui échappe aux Etats ou encore la création des portails avec des noms de domaines logés à l'étranger, échappant donc à toute forme de contrôle de l'Etat Sénégalais, nous éclairent sur la première hypothèse que nous avions posé. En effet, notre première hypothèse qui consiste à dire *que les organes de régulation des médias disposent de mécanismes d'intervention et exercent effectivement une régulation des portails d'informations au Sénégal* est infirmée dans le cadre de cette étude, en raison de tous les paramètres que nous avons découvert.

Dans un second lieu, nous nous sommes intéressé aux acteurs en tant que tels qui gravitent autour de ce spectre de l'information en ligne. En ce sens, nous avons étudié les dynamiques des associations des professionnels de l'information en ligne qui évoluent dans l'autorégulation. L'autorégulation en ligne se trouve être une tendance peu commune en Afrique de l'Ouest. Seuls le Sénégal et la Côte d'Ivoire semblent être assez avancés dans ce domaine.

Les pratiques d'autorégulation de ces associations vont de la sensibilisation des pairs à des contraintes d'ordre multiples. Ces contraintes et pratiques d'autodiscipline vont des barrières à l'entrée de ces organes, aux exclusions, en passant par les communiqués et avertissements. Cependant, l'autorégulation de l'information en ligne semble être touchée par les mêmes maux qui gangrènent l'autorégulation classique. La tare congénitale (Loum, Agbobli, 2016, p.44) principale reste le problème de légitimité qui fait que tous les acteurs n'adhèrent pas à ces associations. L'autre problème qui est cette fois nouveau, est celui de l'existence de deux associations réunissant les pairs en ligne au Sénégal. La première, l'*APPEL*, plus représentative et regroupant l'essentiel des acteurs de l'information en ligne, est assez structurée, organisée, entreprend des démarches de co-régulation, participe aux travaux du *nouveau code de la presse* et aussi à la labellisation des structures de l'information en ligne. En plus de son caractère contraignant, l'*APPEL* s'attèle donc, à travers plusieurs activités, à l'amélioration des pratiques. L'autre organe, l'*ANPELS*, a été créée par des acteurs exclus de l'*APPEL*, et peu représentatifs. Cette organisation, à l'analyse, semble être mue par des logiques floues et des stratégies de positionnement et non par des actions d'autorégulation. L'*ANPELS* n'est ni assez structurée, ni assez reconnue, en atteste l'analyse que nous en avons faite.

L'existence de ces deux associations fragilise sûrement la structure de l'autorégulation de l'information en ligne, même si, l'*APPEL* pose des actions qui permettent de réguler le spectre avec les sites adhérents les mieux *rankés* au Sénégal.

Ces professionnels de l'information en ligne ne sont pas les seuls dans ce spectre. Les *professionnels-amateurs ou pro-am* (Flichy, 2010), sont censés prendre une part active dans les flux d'informations dans le Web. Cependant, dans la réalité des portails d'informations en ligne sénégalais, une minorité active d'internautes participent. Cette participation, qui, de plus, relève souvent de motivations autres que la simple volonté de contribuer à l'information, ne semble pas jouer un rôle important dans la régulation des contenus. La participation des internautes, quand elle est prise en compte, a un double intérêt. Elle relève de logiques de valorisation pour les internautes qui se sentent valorisés d'une part, et d'autre part, bénéfice aux portails qui peuvent les prendre comme des *users generated contents* afin d'alimenter leur site. Ce qui bénéficie plus à ces derniers qui n'ont pas besoin de verser une gratification à ces internautes actifs. Les internautes, qui sont une minorité de l'espace public sénégalais, ne semblent pas jouer un grand rôle dans la régulation des contenus.

Notre seconde hypothèse, qui postule que *la régulation des portails d'informations relève des jeux d'acteurs de l'information en ligne et d'autres composantes de l'espace public Sénégalais*, est donc partiellement vérifiée. D'une part, les professionnels de l'information en ligne entreprennent des actions allant dans le sens d'une régulation des contenus. D'autre part, les internautes, chantés comme des acteurs à part entière de cette chaîne de l'information en ligne, n'apparaissent pas comme jouant un rôle dans l'amélioration des pratiques en ligne. Ce qui fait donc que notre seconde hypothèse est partiellement confirmée. Une partie des acteurs de l'information en ligne entreprend en effet une démarche allant dans le sens d'une autodiscipline et d'une amélioration des pratiques.

En résumé, nous pouvons dire que les portails d'informations Sénégalais recourent eux-mêmes, via leurs pairs, à des mécanismes leur permettant d'améliorer leurs pratiques et de mieux satisfaire leurs publics. Ces sites, qui se différencient de ceux européens ou américains par le fait de la gratuité intégrale des services pour les publics, sont en outre, très souvent, cantonnés à la production et à l'intermédiation de l'information. Si, *« Idéalement, un portail propose les fonctions suivantes : intégration des informations, intégration des applications, intégration des informations et des applications, recherche des informations et navigation, personnalisation de l'interface utilisateur, gestion des tâches et workflow, travail en collaboration et groupware, diffusion de l'information, administration du portail, services (type commerce électronique),*

Dans la pratique, aucun portail n'offre encore toutes ces fonctions rassemblées, ou du moins ces fonctions au même niveau de développement »[106]. (Stiller, 2001, p.40). Cela est d'autant plus vrai que les services en ligne et le paiement en ligne ne sont pas adoptés par les sénégalais dans leurs comportements d'achat. Ces portails sont donc obligés, en raison des impératifs économiques, de vendre une information qui attire et donc susceptible de provoquer et sujette à des dérives. Dans cette perspective, trois possibilités se profilent à l'horizon. Une régulation par la puissance publique via les organes de régulation et d'un dispositif légal-réglementaire que nous avons vu encore insuffisamment opérante ; une autorégulation des professionnels de l'information en ligne ou ; une régulation par les consommateurs de l'information, dont la figure de contributeur a été chantée par les discours accompagnant l'avènement du Web dit 2.0. Des deux dernières possibilités, nous avons vu que seule l'autorégulation permet, à ce jour, d'assister à une amélioration des pratiques au niveau des portails et plus largement du spectre de l'information en ligne. Il est donc apparu clair que l'internet n'accomplit par un miracle *ex nihilo*. Des transformations *ad hoc* ne sont pas opérées, touchant toute la société, et permettant de penser que l'espace public se retrouverait en ligne. En réalité, *« la pensée du lien informationnel représente ainsi une nouvelle forme d'échange où l'accent n'est plus porté sur la notion de production des internautes, mais de médiatisation par l'internaute. Entre agrégateurs de contenus et réseaux sociaux, les utilisateurs sont désormais des canaux, les jonctions synaptiques dans le système médiatique en ligne. Ils trouvent une information et la partagent avec leur réseau social, comme un événement de leur journal en ligne. »* (Cornet, 2016, p.77-78). L'internaute n'est donc pas l'*alpha* et l'*oméga* de la production de l'information en ligne. Il intervient dans la chaîne, à des degrés divers, selon sa culture, à consommer, partager, recommander et contribuer à celle-ci. Au Sénégal, une minorité d'internautes s'attèle à la contribution cependant.

De cet ensemble de conclusions provisoires découlant de notre étude, des perspectives ayant lien à d'autres questions soulevées par cette problématique se sont révélées à nous. Parmi celles-ci figure la question des dérives en tant que telles auxquelles les autorités ont voulu apporter des réponses par une série de lois en 2008. Les questions de la cybercriminalité, de la protection des données personnelles ou encore le respect de la diversité à travers ces portails ou sur les réseaux sociaux nous interpellent particulièrement. Quel rôle pour les puissances publiques ? Quels sont les implications qui découlent de ces infractions concernant l'information ? Quel est

[106] Stiller, Henri. « Le portail, outil fédérateur d'information et de connaissances », 2001/1 (Vol. 38), p. 39-42. DOI 10.3917/docsi.381.0039

leur incidence chez les victimes de ces irrégularités ? Cet ensemble de questions pourrait former une problématique pour des recherches futures. Dans une logique voisine, l'environnement de la régulation des médias en ligne en Afrique de l'Ouest Francophone, en pleine formation, et devant affronter des défis, nous interpelle dans le cadre d'une étude plus élargie à ce sous-ensemble géoculturel.

Au final, cette étude d'avant-garde dans le domaine de la régulation de l'information en ligne en Afrique de l'ouest Francophone et plus particulièrement au Sénégal, nous a permis d'entrevoir sommairement les tendances, les logiques et les orientations prises dans ce cadre. Son approfondissement et son affinement dans une problématique plus large permettrait d'entreprendre une recherche plus aboutie et documentée à cet effet.

Bibliographie et Webographie :

1) Bibliographie :

- **Ouvrages et thèses:**

ADORNO, Theodor W. L'industrie culturelle. *Communications*, 1964, vol. 3, no 1, p. 12-18.

BALLE, Francis. *Lexique d'information communication*. Dalloz, 2006.

BEDARD, François et Charest, Francine. *Les racines communicationnelles du Web et des médias sociaux, 2e édition*. Presses de l'Université du Québec. 2013, 194p

CABEDOCHE, Bertrand. 2015, « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique dans le champ des sciences humaines et sociales », préface pp. 17-44, in Delphe Kifouani et François Fronty (dir.), *La diversité du documentaire de création en Afrique*, Paris, L'Harmattan, 2015).

BOUQUILLION, Philippe et Combès, Yolande. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Editions L'Harmattan, 2007.

BOUQUILLION, Philippe. Les industries de la culture et de la communication, les stratégies du capitalisme, PUG, 2008

CARDON, Dominique. La démocratie Internet. Promesses et limites. *Paris, Le Seuil*, 2010.

CASTELLS, Manuel. *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press on Demand, 2002.

CHARON, Jean-Marie. *La diversification mondiale des quotidiens européens*, SPES-DGT, note reprographiée.

CURIEN, Nicolas et Maxwell, Winston. *La neutralité d'Internet*. La Découverte, 2011.

DEVAUX, Philippe, Thyssen-Rutten, Nicole, Popper, Karl R., *et al. La logique de la découverte scientifique*. Editions Payot, 1973.

DUPLAT, D. (2002). *Liberté de la presse, responsabilité des médias, l'Afrique sur la voie de l'autorégulation*. Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques.

CHAR, Antoine et Côté, Roch. *La révolution internet*. PUQ, 2009. 134p

DE CERTEAU, Michel. (1980). Lire : un braconnage. *L'invention du quotidien : 1. Arts de faire*.

FAYE, Mor. Presse privée écrite en Afrique Francophone : Enjeux démocratiques. Editions L'Harmattan, 2008.

FLICHY, Patrice. Le sacre de l'amateur. 2010.

GREFFE, Xavier, & SONNAC, Nathalie. (2008). Culture web. *Dalloz, Paris*. 903 p

HABERMAS, Jürgen. *Théorie de l'agir communicationnel : Rationalité de la agir et rationalisation de la société*. Fayard, 1987.

HERVE, Brusini et Francis, James. Voir la vérité–Le journalisme de télévision. *Paris, PUF*, 1982...]

JENKINS, Henry. *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press, 2006.

KOCERGIN, Sofija. *Internet à la recherche d'un modèle socio-économique : Portail: une perspective viable?*. 2004. Thèse de doctorat. Paris 13

LESSIG, Lawrence. *Code and other laws of cyberspace*, Basic Books, 1999

LESSIG, Lawrence. Code: Version 2.0, New York, Basic Books, 2006.

MASSIT-FOLLÉA, F., & DELMAS, R. (2002). *La gouvernance d'Internet*. Hermès Science.

MIEGE, Bernard. La société conquise par la communication. 1 – Logiques sociales, Grenoble, PUG, 1996.

MIEGE, Bernard. *Les industries du contenu : face à l'ordre informationnel. Presses universitaires de Grenoble, 2000.*

MIEGE, Bernard. L'espace public contemporain : approche info-communicationnelle. PUG-Presses univ. de Grenoble, 2010.

MIEGE, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. « Communication en plus », 2017, 191 p

MŒGLIN, Pierre. Des modèles socio-économiques en mutation. *Les industries de la culture et de la communication en mutation, Paris, L'Harmattan*, 2007

MORISET, Claire et Miège, Bernard. Les industries du contenu sur la scène médiatique. Réseaux, 2005, no 3, p. 145-185

RHEINGOLD H., The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier. Cambridge: The MIT Press, 1993, 360p.

ROGERS, Everett M. Diffusion of innovations. *The Free*, 1995.

RINGOOT, Roselyne. *Analyser le discours de presse*. Armand Colin, 2014. 218p

SECK-SARR, Sokhna Fatou. *La presse en ligne en Afrique francophone : Dynamiques et défis d'une filière en construction*. Editions L'Harmattan, 2017. 240 pages

2) Webographie :

- **Ouvrages et thèses:**

ADJOVI, Emmanuel. *Les instances de régulation des médias en Afrique de l'Ouest : le cas du Bénin*. KARTHALA Editions, 2003.

ALLAN, Stuart. *Online news: Journalism and the Internet*. McGraw-Hill Education (UK), 2006. *217p*

AUBIN, France et RUEFF, Juline. Perspectives critiques en communication. 2016. PUQ, 341p

BROSSE, Renaud. *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*. Primento, 2013.

CHARTRON, Ghislaine et Moreau, François. *Culture-médias & numérique*. 2011. Thèse de doctorat. ANR.

CISSE, H. B. (2010). *La presse écrite sénégalaise en ligne : enjeux, usages et appropriation des technologies de l'information et de la communication par les journalistes (1980-2008)* (Doctoral dissertation, Metz).

DIOP, M. C. (Ed.). (2013). *Sénégal, 2000-2012 : les institutions et politiques publiques à l'épreuve d'une gouvernance libérale*. KARTHALA Editions.

ESTIENNE, Yannick. *Le journalisme après Internet*. Editions L'Harmattan, 2008.

LÉVY, Steven. *Hackers. Herves of the computers Revolution*, New York, Dell Book, 1985

MILLERAND, Florence, RUEFF, Julien, et PROULX, Serge (éd.). *Web social : mutation de la communication*. PUQ, 2010, 396p.

PERRET, Thierry. *Le temps des journalistes-L'invention de la presse en Afrique francophone*. KARTHALA Editions, Paris, 2005.

TIAO, Beyon Luc Adolphe. *Régulation des médias d'Afrique francophone : cas du Burkina Faso*. 2015. Thèse de doctorat. Université Michel de Montaigne-Bordeaux III.

VINCK, Dominique. *Humanités numériques, la culture face aux nouvelles technologies,* Editions Le Cavalier Bleu, 2016, 165p

- **Articles consultés en ligne**

AGBOBLI, Christian., LOUM, Ndiaga, "Régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo : État des lieux et critiques en contexte électoral", *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/1, 2016, p.33 à 49, consulté le samedi 3 juin 2017, [en ligne] URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016/03-Agbobli-Loum/

AW, Eugénie R. *« La déontologie à l'épreuve des médias, de quelques cas en Afrique de l'ouest francophone »*, *Éthique publique* [En ligne], vol. 15, n° 1 | 2013, mis en ligne le 02 septembre 2013, consulté le 22 avril 2017. URL : http://ethiquepublique.revues.org/1058 ; DOI : 10.4000/ethiquepublique.1058

BERNIER, M. F. *(2009). Au-delà des mythes et limites de l'autorégulation : la corégulation démocratique* Communication au colloque international Déontologie de l'Information dans un monde arabe en mutation. Tunis, 23 et 24 avril 2009.

BOULAY, S. (2012). Exploration du phénomène d'astroturfing : une stratégie de communication usurpant l'identité citoyenne dans l'espace public. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (7), 61-84.

BOURDIEU, Pierre. Habitus, code et codification. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1986, vol. 64, no 1, p. 40-44.

CABEDOCHE, Bertrand, REBILLARD Franck, Damien-Gaillard Béatrice, Smyrnaios Nikos *« Mutations de la filière Presse et information »*, avec, pp. 77-117, in Bouquillion, Philippe, Combès, Yolande (dir.), *Diversité culturelle et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2011. http://mots.revues.org/19630, http://mots.revues.org/19832 et http://figuresmediatiques.hypotheses.org/?p=41

CAPITANT, Sylvie et FRERE, Marie-Soleil. Les Afriques médiatiques. *Afrique contemporaine*, 2011, no 4, p. 25-41.

CHARON, Jean-Marie. Les médias à l'ère numérique. *Les cahiers du journalisme*, 2011, no 22-23, p. 14-28.

DAGIRAL, Éric et PARASIE, Sylvain. Presse en ligne : où en est la recherche?. *Réseaux*, 2010, no 2, p. 13-42.

DAMIAN-GAILLARD, Béatrice., Rebillard, Franck et Smyrnaois, Nikos, 2009- *Communication au colloque New media and Information*, Athènes, 6-9 Mai 2015

FLICHY, Patrice, « *Internet et le débat démocratique* », Réseaux 2008/4 (n° 150), p. 159-185.DOI 10.3917/res.150.0159

FRERE, Marie-Soleil, « Quand l'internaute bouscule la rédaction : Mutations journalistiques liées aux commentaires en ligne au Burkina Faso », Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo [En ligne], Vol 4, n°2 - 2015, mis en ligne le 15 novembre 2015.URL :http://surlejournalisme.com/rev

GRANJON, Fabien et LE FOULGOC, Aurélien. Les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, 2010, no 2, p. 225-253.

KABORE, L., *L'hétéro-régulation des médias au Burkina Faso (1995-2013) : facteurs d'influence et défis technologiques.*

KONE, Tahirou. *De la question de l' (auto)régulation des nouveaux médias en Afrique de l'Ouest francophone*, Enjeux éthiques et déontologiques du journalisme numérique, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire, Octobre 2016.

KANE, Oumar et AGBOBLI, Christian. Convergence technologique, régulation et champ médiatique. Un portrait des enjeux récents en Afrique. UQAM

LACROIX, Jean-Guy, MIEGE, Bernard, MOEGLIN, Pierre, *et al.* La convergence des télécommunications et de

l'audiovisuel : un renouvellement de perspective s'impose. *Technologies de l'Information et Société*, 1993, vol. 5, no 1, p. 81-105

MERCIER, Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie. Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2014, no 5.

MIEGE, Bernard. La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC. Présentation. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2012, no 1.

MORELLI, Pierre. Alain Joannes, Le journalisme à l'ère électronique. *Questions de communication*, 2008, no 2, p. 355-357.

PAGET, François. L'hacktivisme. 2012.

PALZER, Carmen. Conditions générales de mise en œuvre de cadres corégulateurs en Europe. *La corégulation des médias en Europe*, 2003, p. 3-14.

PELISSIER, Nicolas. Un cyberjournalisme qui se cherche. *Hermès, La Revue*, 2003, no 1, p. 99-107.

PROULX, Serge. *« La puissance d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel. Premières réflexions», Revue du MAUSS permanente*, 29 juin 2011 [en ligne]. http://www.journaldumauss.net/./?La-puissance-d-agir-d-une-culture

REBILLARD, Franck. Du traitement de l'information à son retraitement. *Réseaux*, 2006, no 3, p. 29-68.

REBILLARD, Franck et SMYRNAIOS, Nikos. Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. *Réseaux*, 2010, no 2, p. 163-194.

REBILLARD, Franck et SMYRNAIOS, Nikos. *« Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog »*, *Réseaux* 2010/2 (n°160-161), p. 163-194.DOI 10.3917/res.160.0163

REBILLARD, Franck. (2011). Création, contribution, recommandation : les strates du journalisme participatif. *Les Cahiers du journalisme*, (22/23), 28-40.

REBILLARD, Franck. Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2012, vol. 12, no 3, p. 81-95. Mis en ligne le 27 Janvier 2012

SAGNA, Olivier. *La lutte contre la fracture numérique en Afrique : aller au-delà de l'accès aux infrastructures.* Hermès, La Revue, 2006, no 2, p. 15-24.

SAMB, Moustapha. *Médias, pluralisme et organes de régulation en Afrique de l'Ouest*. Revue africaine des médias, 2008, vol. 16, no 2, p. 105-132.

SMYRNAIOS, Nikos. Les pure players entre innovation journalistique et contrainte économique : les cas de Rue 89, Owni et Arrêt sur images. *Recherches en Communication*, 2013, vol. 39, no 39, p. 133-150.

STILLER, Henri. Le portail, outil fédérateur d'information et de connaissances. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2001, vol. 38, no 1, p. 39-42.

VANDIEDONCK, David., Bouquillion Philippe (dir.) : Creative Economy, Creative Industries: des notions à traduire. *Études de communication*, 2013, no 1, p. 189-191.

- **Rapports et études :**

ABOSSE Akue-Kpakpo, *Etude sur la connectivité internationale d'internet en Afrique subsaharienne*, Mars 2013, ITU

AFRICASCOPE 2015, TNS SOFRES 2015. Étude menée sur 7 pays (Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Gabon, Mali, République Démocratique du Congo, Sénégal) représentant 18,6 millions d'individus âgés de 15 ans et plus.

AGENCE DE REGULATION DES TELECOMMUNICATIONS ET DES POSTES (ARTP), Rapport d'activité, 2011

BROSSE, Renaud. *Les organes de régulation des Média en Afrique de l'Ouest : Etat des lieux et perspectives,* Institut PANOS pour l'Afrique de l'Ouest, Janvier 2006

CONSEIL NATIONAL DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL (CNRA), Rapport 2015

EUROPÉEN, CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL. L'état actuel de la corégulation et de l'autorégulation dans le marché unique, les cahiers du CESE. 2005.

UNION INTERNATIONALE DES TELECOMMUNICATIONS (UIT), *The state of Broadband Report 2016,* : Indicateurs des Télécommunications/TIC,

RECENSEMENT GENERAL DE LA POPULATION ET DE L'HABITAT, DE L'AGRICULTURE ET DE L'ELEVAGE, (RGPHAE), Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD), Sénégal, 2013

Médiamétrie, Mesure d'audience de la Télévision, de la Radio et l'usage des réseaux sociaux au Sénégal, Résultats du 2nd semestre 2016

- **Sites Web :**

https://seneweb.com.cutestat.com/ - Google pagerank

https://seneweb.com.cutestat.com/ - Google pagerank

http://www.cnra.sn/do/presentation/

http://www.artpsenegal.net/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=108

http://www.cdp.sn/content/pr%C3%A9sentation

http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/about-ipdc/

https://www.similarweb.com/website/seneweb.com?competitors=leral.net Analyse des sites par similarweb du 11/04/2017

http://whois.domaintools.com

https://centralops.net/co/domaindossier.aspx

Http://wap.seneweb.com/privacyterms.php.

http://www.appel.sn/apropos/

http://www.alexa.com/topsites/countries/SN consulté le 27/04/2017

http://anpels.org/actualite.html

- **Entretiens repris :**

- Entretien CIOMAG, 3ème édition du Séminaire de formation et de partage avec les journalistes sur les secteurs régulés par l'Agence de régulation des télécommunications et de la poste (Artp). 10 février 2017 dernier à Saly
- Emission La touche originale, 2sTv, 7 Janvier 2017
- Ibrahima Lissa FAYE président de l'APPEL lors du séminaire de trois jours organisé par l'ARTP en collaboration avec le REJOTIC (source vidéo Dakaractu, le 13/02/2017)
- Abdoulaye Tao, modérateur du forum du Pays, entretien collectif, Ouagadougou, 6 août 2012. Cité par Frère (2015)

Annexes :

Annexe 1 :

Guides d'entretien à l'intention des organes de régulation et des professionnels de l'information en ligne :

1. **Identification :**

- Prénom/Nom :
- Profession initiale :
- Organe de régulation :
- Fonction/Commission/Responsabilités (dans l'organe) :

2. **Attributions et missions en rapport avec les portails d'informations :**

- Avez-vous dans vos attributions et missions, la possibilité de poser des actions de régulation vis-à-vis des portails d'information (sur les plans de leur modèle économique, contenus agrégés, statut juridique etc.) ?
- Avez-vous déjà posé une action, fait une communication ou donné un avis à propos de l'information diffusée en ligne par les portails d'informations ?

3. **Point de vue sur l'information en ligne diffusée par les portails**

- Que pensez-vous des dérives notées dans la diffusion de l'information en ligne ?
- Quel (s) rôle (s) jouent les réseaux sociaux dans la diffusion de celle-ci ?

4. **Convergence (technique et médiatique) et numérisation en cours : Quels défis et quelles perspectives pour la régulation ?**

- Vu que les télécommunications, l'audiovisuel et l'informatique se confondent de plus en plus, êtes –vous pour une fusion ou harmonisation des organes de régulation ?
- Si oui comment ? Dans quelle mesure ?

Nb : réponses écrites ou enregistrées

Guide d'entretien à l'intention d'un acteur de l'information en ligne :

1. Identification :

- Prénom/Nom :
- Années d'expériences dans la profession :
- Portail d'information :
- Postes/Responsabilités :

2. Production d'informations et Modèle économique :

- D'où votre portail tire ses revenus dans le cadre de ses activités (Publicité, abonnement etc.) ?
- Produisez-vous votre propre information ? Reprenez-vous d'autres contenus (textes, images, sons) d'autres médias ou sites ? où avez-vous un modèle mixte (vous faites les deux) ?

3. Régulation-Autorégulation :

- Prenez-vous en compte les organes de régulation dans votre fonction en évitant les dérives ? Si oui lequel ? (CDP, CNRA)
- Ou plutôt prenez-vous en compte les pratiques de vos pairs (autres professionnels de l'information en ligne) dans le cadre d'une autorégulation de vos pratiques ?

4. Participation des internautes :

- Consultez-vous les commentaires, réactions et contributions des internautes ?
- Prenez-vous en compte les réactions des internautes sur les réseaux sociaux ?
- Prenez-vous en compte les réactions des internautes sur votre portail ?
- Vous arrive-t-il de publier des contributions d'internautes ? A quelle fréquence ?

Nb : réponses écrites ou enregistrées

Annexe 2 :

Questionnaire en ligne sur la réception et la participation des internautes à l'information diffusée par les portails d'information :

1. **Identification :**

- Sexe :
- Niveau d'étude :
- Profession/Fonction :

2. **Consommation de l'information en ligne :**

- Par quels moyens trouvez-vous l'information en ligne diffusée par les portails ?
  1. Réseaux sociaux ; 2.Applications ; 3.Directement sur les portails
- A quelle fréquence consultez-vous les portails d'information Sénégalais ?
  1. Quotidiennement 2.Hebdomadairement 3.Mensuellement
- Quelles thématiques abordent les informations que vous recueillez sur ces portails ?

Politique ; Culture ; Sport ; People ; International ; People ; Justice ; Santé

- Avec quel appareil recevez-vous cette information ?
  1. Ordinateur ; 2.Smartphone
- Avez-vous d'autres sources d'informations ?
  1. Oui ; 2. Non
- Si Oui lesquelles ?

1. Sites de médias existants off line ; 2. Presse écrite ; 3.Radio ; 4. TV ; 5 Blogs

Niveau de Satisfaction de l'information diffusée par ces portails : De 1 à 10…

3. Participation à l'information en ligne

- Commentez-vous les publications des portails d'informations sur leur site ou sur les réseaux sociaux ?

1. oui ; 2. Non

- Le faites-vous savoir en commentaire lorsque vous estimez les contenus inappropriés ?

1. oui ; 2. Non

- Contribuez-vous à travers des articles publiés par les portails ou tenez-vous un blog de ceux-ci ?

1. oui ; 2. Non

- Pensez-vous que vos commentaires ou remarques par rapport aux contenus inappropriés sont pris en compte ?

1. Oui ; 2. Non

Annexe 3 :

Communiqués du CDP sur les dérives des sites et la violation des données à caractère personnel :

République du Sénégal

Commission de Protection des Données Personnelles (CDP)
La Présidente

Dakar le 27 Janvier 2017

COMMUNIQUE DE PRESSE

COMMUNIQUE SUITE AUX PUBLICATIONS DE PHOTOS, DE VIDÉOS ET D'ENREGISTREMENTS AUDIO SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET LES SITES D'INFORMATION EN LIGNE

Au regard des dernières actualités relatives à la publication de photos et vidéos sur Internet, la Commission de protection des Données Personnelles (CDP) tient, une fois de plus, à rappeler aux citoyens que les réseaux sociaux, bien qu'ils offrent de nombreux avantages, doivent être utilisés avec juste modération et parfaite retenue. En effet, les informations divulguées sur le web sont partagées très rapidement, de manière virale, comme l'ont révélé les affaires de moeurs qui ont fait l'actualité dernièrement. Il devient alors très difficile d'effacer toute trace d'une photo intime, même si la photo source est supprimée.

La Commission de protection des Données Personnelles (CDP) condamne fermement la publication de vidéos, de photos et d'enregistrements audio notée ces derniers temps sur les réseaux sociaux et les sites d'information en ligne.

La CDP en appelle à la responsabilité de toutes les personnes et sites d'information en ligne, afin de faire cesser ces publications et rappelle, qu'aux termes de l'article 33 **de la loi n°2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la protection des données à caractère personnel,** *« le traitement des données à caractère personnel est considéré comme légitime si la personne concernée donne son consentement »*. De ce fait, de tels agissements constituent une atteinte à la vie privée d'autrui et une infraction manifeste à la loi portant sur la protection des données à caractère personnel.

La CDP rappelle, par ailleurs, que la publication sur Internet de photos ou de vidéos d'une personne, sans son consentement, expose son auteur à des sanctions pénales.

Ainsi, en application de **l'article 431-22 de la loi n°2008-11 du 25 janvier 2008 portant sur la Cybercriminalité**, ces sanctions pénales peuvent aller d'une **peine d'emprisonnement d'un(1) an à sept (7) ans et d'une amende de 500.000 à 10.000.000 de francs CFA** ou de l'une ou l'autre de ces deux peines.

De ce fait, quiconque se procure des vidéos ou des photos relatives à la vie privée d'une personne, et les partage sur les réseaux sociaux, sans le consentement de cette dernière, encoure les sanctions citées ci-dessus.

COMMUNIQUE DE PRESSE DE LA CDP SUITE A LA CONDAMNATION DU POLICIER A.D

PRUDENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Suite à la décision rendue par le Tribunal de Grande instance de Dakar, le mercredi 24 août 2016 condamnant la **dame A.O.K.N** à verser une amende de 150.000 F CFA pour avoir filmé et partagé sur les réseaux sociaux (WhatsApp, Facebook…) une vidéo dans laquelle on voit le **policier A.D** accepter de l'argent pour effacer une contravention, la Commission de Protection des Données Personnelles (CDP), tient à informer les citoyens sénégalais, que les réseaux sociaux, en dépit des nombreux avantages qu'ils offrent, doivent être utilisés avec juste modération et parfaite retenue.

Aux termes des articles **33 et 34 de la loi n°2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la protection des données à caractère personnel**, *« le traitement des données à caractère personnel est considéré comme légitime si la personne concernée donne son consentement »* et *« la collecte, l'enregistrement, le traitement, le stockage et la transmission des données à caractère doivent se faire de manière licite, **loyale** et **non frauduleuse** ».*

Il ressort de ces dispositions que la collecte de données personnelles à l'insu de la personne concernée est illicite.

En l'espèce, le délit de corruption apparaissant dans la vidéo ne peut en aucun cas légitimer sa diffusion sur les réseaux sociaux.

Les utilisateurs doivent être conscients que les réseaux sociaux sont des espaces hybrides à la fois publics et privés et que tout contenu (photo, vidéo, écrit) diffusé, compromettant, peut porter atteinte à l'intégrité, à l'image, à l'honneur et la réputation d'une personne concernée.

Par ailleurs, la loi **n°2008-12 précitée** charge la CDP de veiller à ce que les technologies de l'information et de la communication (TIC) ne portent pas atteinte aux libertés individuelles ou publiques, et notamment à la vie privée.

Conscient des risques liés à l'utilisation des données personnelles sur les réseaux sociaux, la CDP recommande aux utilisateurs de :

- recueillir toujours le consentement de la personne, même si c'est un ami avant de publier ses données personnelles (photo, vidéo) ;

- éviter de publier des contenus (photo, vidéo…) qui peuvent porter atteinte à la vie privée des personnes concernées ;
- vérifier les paramètres de confidentialité de vos comptes pour contrôler la diffusion des données ;
- limiter les informations données lors de l'inscription sur les réseaux sociaux ;
- saisir la CDP d'une plainte ou d'un signalement pour la suppression d'une vidéo incriminée en cas de refus de l'opérateur mis en cause.

Annexe 4 :

Veille sur les titres des portails Seneweb.com et Leral.net du 05 au 14 Avril 2017

Veille du 05 Avril 2017 :

Veille du 06 Avril 2017 :

A LA UNE

Vidéo: Y'en a marre va tenir son rassemblement comme prévu ce vendredi 7 avril à la place de l'Obélisque

Au début, il a été annoncé deux manifestations à la même heure et même place, au finish une seule a eu raison sur l'autre. Et c'est celle...

1 2 3 4

LÉGISLATIVES GAMBIENNES

ADAMA BARROW PERD DANS SON BUREAU DE VOTE

Politique | 0 Commentaires | Politique | 82 lectures

Veille du 07 Avril 2017 :

Veille du 08 Avril 2017 :

A LA UNE

Diass : le président Macky Sall invité à prendre "des mesures immédiates'' face à la spéculation foncière

(APS) – Les membres du mouvement patriotique pour le développement (MPD) de la commune de Diass (Mbour, ouest) ont invité samedi le...

«LE MOUVEMENT Y EN A MARRE A TENU UNE GAY PRIDE»

Societe | 0 Commentaires | Societe | 127 lectures

Veille du 09 Avril 2017 :

Veille du 10 Avril 2017 :

Veille du 11 Avril 2017 :

Samedi 12 Avril 2017 :

Photos-Thiès : Un camion qui transporte un conteneur s'est renversé sur la route

A la sortie de Thiès précisément à Allou kagne un camion qui transporte un conteneur s'est renversé sur la route. Les...

Dimanche 13 Avril 2017 :

A LA UNE

22 corps calcinés, 79 blessés, des pèlerins portés disparus …après 1986, 1991, 2010, c'est le quatrième incendie au Daaka de Médina Gounass

iGFM – (Dakar) Un violent incendie a fait rage au site du Daaka de Médina Gounass et a fait un bilan provisoire de 22 morts, 79…

INCENDIE AU DAAKA
LA CONTROVERSE

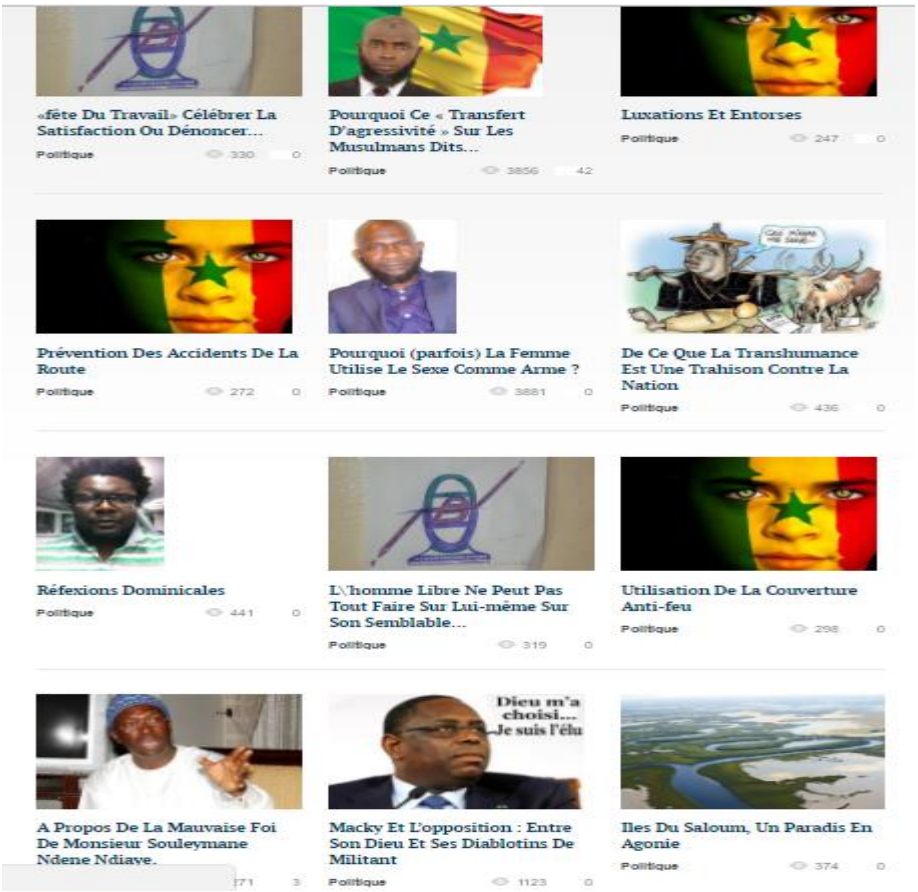
Boolete | 5 Commentaires | Boolete | 368 lectures

Lundi 14 Avril 2017 :

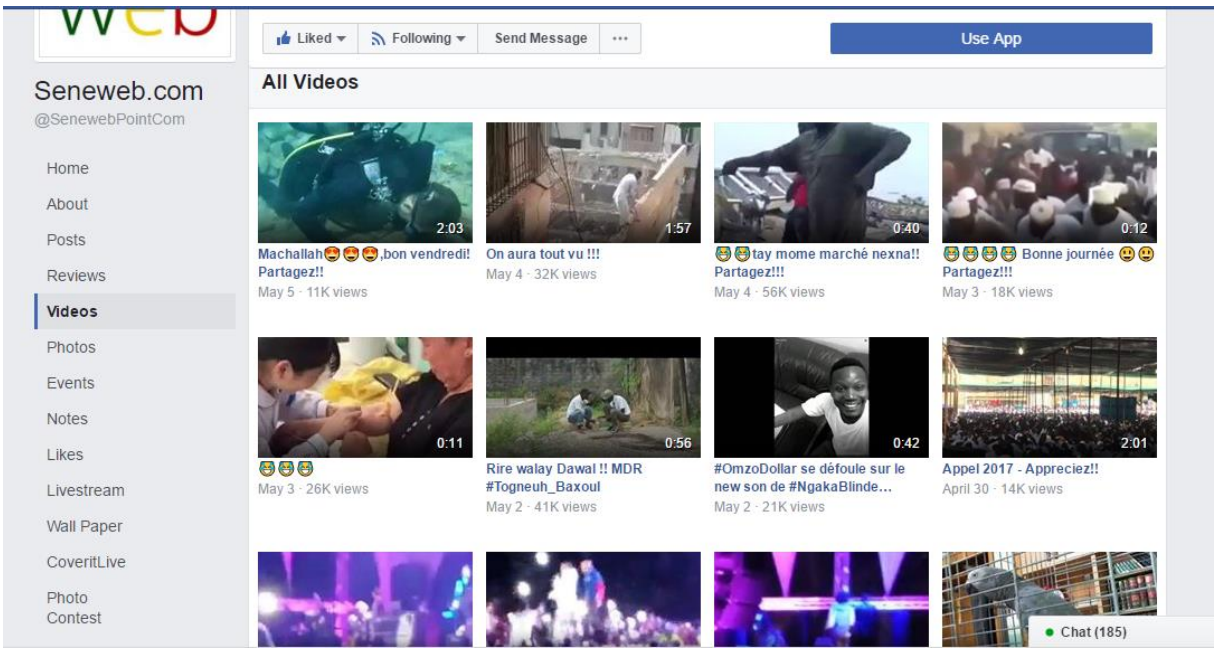
Annexe 5 :

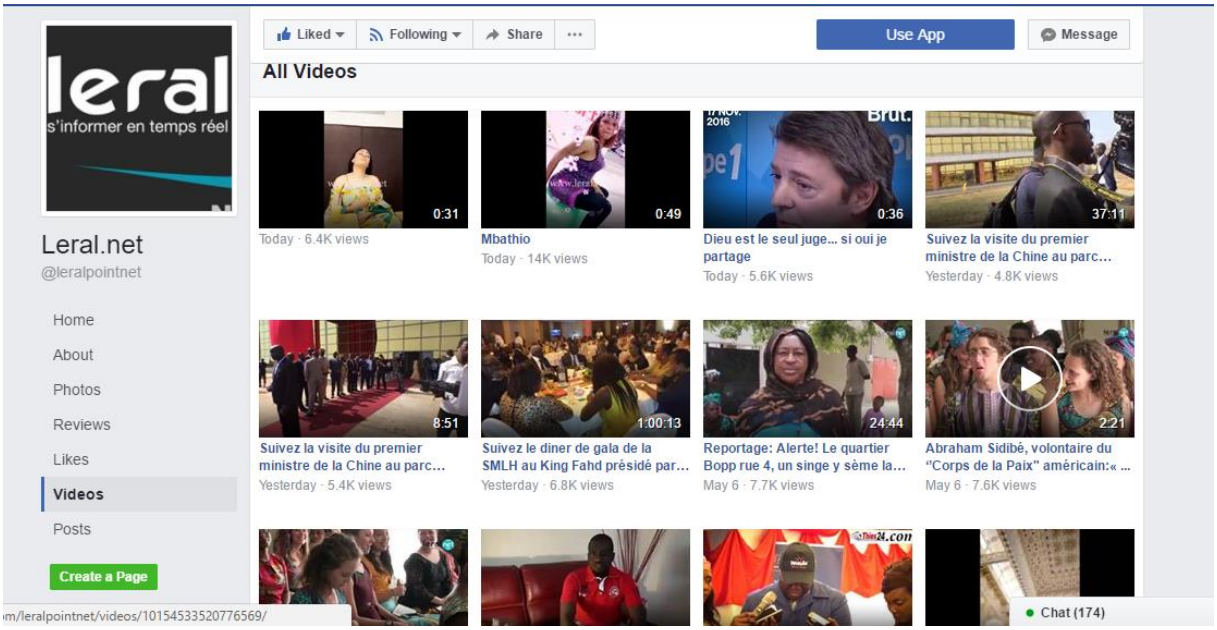
Articles les plus commentés des portails étudiés et blogs

LES ARTICLES LES PLUS COMMENTÉS DE LA SEMAINE
Clédor Sène réplique à Ahmad Khalifa Niasse : « l'affaire des Libyens de 1988, ma part de vérité »
Baila Wane, ancien Dg de la Lonase: "Me Wade est un homme du passé"
Top 10 des footballeurs africains les plus fortunés
Enquête: Que sont devenus les barons du PDS et les hommes de main d'Abdoulaye Wade ?
El Hadji Diouf: «Ferdinand Coly n'a rien à dire, s'il est venu en équipe nationale, c'est grâce à moi»


«fête Du Travail» Célébrer La Satisfaction Ou Dénoncer...
Politique 330 0
Pourquoi Ce « Transfert D'agressivité » Sur Les Musulmans Dits...
Politique 3856 42
Luxations Et Entorses
Politique 247 0
Prévention Des Accidents De La Route
Politique 272 0
Pourquoi (parfois) La Femme Utilise Le Sexe Comme Arme ?
Politique 3881 0
De Ce Que La Transhumance Est Une Trahison Contre La Nation
Politique 436 0
Réfexions Dominicales
Politique 441 0
L'homme Libre Ne Peut Pas Tout Faire Sur Lui-même Sur Son Semblable...
Politique 319 0
Utilisation De La Couverture Anti-feu
Politique 298 0
A Propos De La Mauvaise Foi De Monsieur Souleymane Ndene Ndiaye.
Dieu m'a choisi... Je suis l'élu
Macky Et L'opposition : Entre Son Dieu Et Ses Diablotins De Militant
Politique 1123 0
Iles Du Saloum, Un Paradis En Agonie
Politique 374 0

Annexe 6 :


Liked
Following
Send Message
Use App
Seneweb.com
@SenewebPointCom
All Videos
Home
About
Posts
Reviews
Videos
Photos
Events
Notes
Likes
Livestream
Wall Paper
CoveritLive
Photo Contest
2:03
Machallah,bon vendredi! Partagez!!
May 5 · 11K views
1:57
On aura tout vu !!!
May 4 · 32K views
0:40
tay mome marché nexna!! Partagez!!!
May 4 · 56K views
0:12
Bonne journée Partagez!!!
May 3 · 18K views
0:11
May 3 · 26K views
0:56
Rire walay Dawal !! MDR #Togneuh_Baxoul
May 2 · 41K views
0:42
#OmzoDollar se défoule sur le new son de #NgakaBlinde...
May 2 · 21K views
2:01
Appel 2017 - Appreciez!!
April 30 · 14K views
Chat (185)


Liked
Following
Share
Use App
Message
All Videos
leral
s'informer en temps réel
Leral.net
@leralpointnet
Home
About
Photos
Reviews
Likes
Videos
Posts
Create a Page
0:31
Today · 6.4K views
0:49
Mbathio
Today · 14K views
0:36
Dieu est le seul juge... si oui je partage
Today · 5.6K views
37:11
Suivez la visite du premier ministre de la Chine au parc...
Yesterday · 4.8K views
8:51
Suivez la visite du premier ministre de la Chine au parc...
Yesterday · 5.4K views
1:00:13
Suivez le diner de gala de la SMLH au King Fahd présidé par...
Yesterday · 6.8K views
24:44
Reportage: Alerte! Le quartier Bopp rue 4, un singe y sème la...
May 6 · 7.7K views
2:21
Abraham Sidibé, volontaire du "Corps de la Paix" américain:« ...
May 6 · 7.6K views
Chat (174)

Annexe 7 :

Extrait du projet de loi portant code de la presse adopté par le gouvernement le Mercredi 31 Mai et adopté le jeudi 15 Juin par la Commission communication de l'Assemblée nationale à l'unanimité

TITRE IV : DISPOSITIONS RELATIVES À LA PRESSE EN LIGNE

CHAPITRE PREMIER : CONDITONS DE FOURNITURE DE LA PUBLICATION EN LIGNE

Article 158

Le service de presse en ligne satisfait aux obligations de forme suivantes :

- le service de presse en ligne est constitué sous forme d'entreprise de presse ;
- le service de presse en ligne est édité à titre professionnel ;
- pour les services de presse en ligne présentant un caractère d'information politique et générale, l'éditeur emploie, à titre régulier, au moins trois journalistes professionnels conformément aux dispositions du présent code.

Article 159

Le service de presse en ligne satisfait aux obligations de fond suivantes :

- le service de presse en ligne offre, à titre principal, un contenu utilisant essentiellement le mode écrit, faisant l'objet d'un renouvellement régulier et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles. Tout renouvellement doit être daté ;
- le service de presse en ligne met, à disposition du public, un contenu original, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet, au sein du service de presse en ligne, d'un traitement à caractère journalistique, notamment dans la recherche, la vérification et la mise en forme de ces informations ;
- le contenu, publié par l'éditeur du service de presse en ligne, présente un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, récréation du public ;
- le contenu, publié par l'éditeur, ne doit pas être susceptible de choquer l'internaute par une représentation de la personne humaine portant atteinte à sa dignité et à la décence ou présentant la violence sous un jour favorable ;
- le service de presse en ligne n'a pas pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'entreprises commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou d'autre nature, dont il serait en réalité l'instrument de publicité ou de communication, et n'apparaît pas comme étant l'accessoire d'une activité industrielle, artisanale, commerciale ou de prestation de service, autre que la mise à disposition au public d'informations ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique. Dans tous les cas, ne peuvent être reconnus comme des services de presse en ligne les services de communication au public en ligne, dont l'objet principal est la diffusion de messages publicitaires ou d'annonces, sous quelque forme que ce soit.

CHAPTRE 2 : DES OBLIGATONS ET DE LA RESPONSABILITE EN MATIERE DE FOURNTURE DE SERVCE DE PRESSE EN LIGNE

Article 160

L'éditeur a la maîtrise éditoriale du contenu publié à son initiative.

Sur les espaces de contribution personnelle des internautes, l'éditeur met en œuvre les dispositifs appropriés de lutte contre les contenus illicites. Ces dispositifs doivent permettre, à toute personne, de signaler la présence de tels contenus et à l'éditeur de les retirer promptement ou d'en rendre l'accès impossible.

Article 161

Lorsqu'une infraction, prévue et punie par la loi n°2008-11 du 25 janvier 2008 portant sur la cybercriminalité, résulte du contenu d'un message adressé par un internaute à un service de communication au public en ligne et mis par ce service à la disposition du public, dans un espace de contributions personnelles identifié comme tel, le directeur ou le co-Directeur de publication ne peut pas voir sa responsabilité pénale engagée comme auteur principal, s'il est établi qu'il n'avait pas effectivement connaissance du message avant sa mise en ligne ou si, dès le moment où il en a eu connaissance, il a agi promptement pour retirer ce message.

Article 162

Les personnes physiques ou morales, dont l'activité est d'offrir un accès à des services de communication en ligne, autres que de correspondance privée, sont tenues : d'une part, d'informer leurs abonnés de l'existence de moyens techniques permettant de restreindre l'accès à certains services ou de les sélectionner ; d'autre part, de leur proposer au moins un de ces moyens.

Article 163

Les personnes physiques ou morales qui assurent, à titre gratuit ou onéreux, le stockage direct et permanent pour mise à disposition du public de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature accessibles par ces services, ne sont pénalement ou civilement responsables du fait du contenu de ces services que si, ayant été saisies par une autorité judiciaire, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu.

Article 164

Les prestataires mentionnés aux articles 162 et 163 ci-dessus sont tenus de détenir et de conserver les données de nature à permettre l'identification de toute personne ayant contribué à la création d'un contenu des services dont ils sont prestataires.

Ils sont également tenus de fournir aux personnes, qui éditent un service de communication en ligne, autre que de correspondance privée, des moyens techniques permettant à celles-ci de satisfaire aux conditions d'identification prévues à l'article 178 ci-dessous.

Les autorités judiciaires peuvent requérir communication auprès des prestataires, mentionnés aux articles 162 et 163, des données mentionnées au premier alinéa.

Article 165

Les personnes, dont l'activité est d'éditer un service de communication en ligne, autre que de correspondance privée, tiennent à la disposition du public :

- s'il s'agit de personnes physiques, leurs noms, prénom(s) et domicile ;
- s'il s'agit de personnes morales :
- leur dénomination ou leur raison sociale et leur siège social ;

- le nom du directeur ou du co-Directeur de publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction ;
- le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse du prestataire, mentionné à l'article 163.

Article 166

Les personnes, éditant à titre non professionnel un service de communication en ligne, autre que de correspondance privée, peuvent ne tenir à la disposition du public, pour préserver leur anonymat, que le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse du prestataire mentionné à l'article 163, sous réserve de lui avoir communiqué les éléments d'identification personnelle prévus à l'article 165 ci-dessus.

Article 167

Toute personne, nommée ou désignée dans un service de communication sociale en ligne, dispose d'un droit de réponse et d'une rectification.

Les modalités d'application du précédent alinéa sont précisées par décret.

Liens des lois sur les transactions à caractère électronique, la cybercriminalité et les données à caractère personnel :

La Loi n° 2008-08 du 25 janvier 2008 portant sur les transactions à caractère électronique :

http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/sn/sn012fr.pdf

La Loi n° 2008-11 du 25 janvier 2008 portant sur la Cybercriminalité :

http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/sn/sn008fr.pdf

La Loi n° 2008-12 du 25 janvier 2008 portant sur la Protection des données à caractère personnel :

http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/sn/sn009fr.pdf

Table des matières

Résumé : 2
Déclaration anti-plagiat 3
Remerciements 4
Avant-propos : 5
Sigles et abréviations : 7
Sommaire 8
Introduction 9
Partie 1 : Regards croisés sur les organes de régulation et les portails d'informations en Afrique de l'Ouest 19
Chapitre 1 : Analyse systémique des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone ... 21
1-1 Le poids des contextes historiques, régionaux et linguistiques sur la construction des organes de régulation en Afrique de l'Ouest Francophone 21
1-2 Sénégal : un environnement de la régulation des Communications encore morcelé : 27
Chapitre 2 : Une puissance publique régulatrice ou impuissante face aux pratiques des portails d'informations ? 41
2-1 Emergence d'un spectre de l'information en ligne et « Portalisation » au Sénégal : 42
2-2 Portails d'information sénégalais : tactiques et pratiques 49
2-3 Les portails et leurs contenus : quelle régulation aux plans technique et juridico-économique ? 59
Partie 2 : Jeux d'acteurs de l'information en ligne : autorégulation ou participation régulatrice des internautes 71
Chapitre 3 : Jeux d'acteurs dans la régulation de l'information en ligne : Autorégulation ou corégulation? 74
3-1 Autorégulation ou corégulation de l'information en ligne en Afrique de l'Ouest Francophone ? 75
3-2 L'autorégulation de l'information en ligne au Sénégal : entre efficacité et incohérence 84
Chapitre 4 : Participation des internautes dans la construction de l'information en ligne : Quel apport pour la régulation des contenus des portails ? 101
4-1 Un journalisme en ligne des portails dans une logique gestionnaire face à la participation des internautes ? 102
4-2 Participations des internautes à l'information en ligne : Quelles implications dans la régulation des contenus ? 113
Conclusion : 132
Bibliographie et Webographie : 137
Annexes : 142