



## **Projet de protection du jeune public**

### **NOTE DE CONCEPT**



**Note préparée par**



**Octobre 2013**

Il est aujourd'hui admis de tous que les médias induisent des changements dans les comportements des usagers notamment chez le public jeune.

La mission des médias est traditionnellement déclinée au travers de trois fonctions : informer pour favoriser l'émergence d'une conscience citoyenne, éduquer pour inculquer des connaissances et des valeurs, divertir pour animer les temps de loisirs.

Avec bientôt un demi-siècle d'expérience de service public, l'enrichissement du paysage audiovisuel par l'arrivée de chaînes privées et l'accès aux opérateurs étrangers, le Sénégal a connu une marée de contenus divers et de qualités inégales.

Quelle est la valeur informative de l'offre actuelle ? La télévision, co-éducateur de fait auprès des parents, de l'école et de l'enseignement religieux, contribue-t-elle réellement à former les esprits et la conscience des jeunes ? Que valent les programmes de divertissement ? D'ores et déjà, le constat est établi que certains programmes portent parfois atteinte aux intérêts et aux droits du public, se mettant en faux avec les dispositions légales et réglementaires.

Les médias audiovisuels sont soumis à un environnement concurrentiel et en mutations rapides qui les exposent aux dérives préjudiciables aux téléspectateurs. Afin de susciter l'amélioration de la qualité de l'offre et protéger le jeune public face à ces dérives, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a engagé une initiative.

L'objectif poursuivi est d'interroger l'impact des contenus et de la programmation sur la formation et l'intégrité psychologique, intellectuelle et morale des jeunes. Les contenus actuellement diffusés sont-ils de nature à éduquer et faciliter un développement harmonieux de l'enfant et de l'adolescent ? Les programmes ont-ils le souci de leur intégrité physique et morale ? Ou la diffusion de certains contenus est-elle susceptible de nuire demain à leur comportement dans la société ?

S'adressant aux diffuseurs, le rôle du CNRA consiste également à apporter des repères à même d'assurer un équilibre entre les intérêts des différentes parties. Si les responsables des médias ont la latitude de concevoir leurs programmes, le jeune public doit pouvoir se prévaloir de tous ses droits de jouir à une programmation attachée aux principes et valeurs de la société.

## LE PROJET

---

### Etape 1 – Etude et bases du projet (2013-2014)

#### 1. Sondage par BDA Décembre 2013 - Janvier 2014

- a. **Rencontre 1** pour déterminer les objectifs du sondage avec un panel (CNRA ; UNICEF ; 1 psychologue spécialiste de l'enfance ; association de parents d'élèves ; éducateurs ; professionnel de la télévision ; juriste) ; **Octobre 2013**
- b. **Rencontre 2** : de restitution et de première concertation sur la marche à suivre avec le même panel en **février 2014**.

#### 2. Séminaires

- ✓ **Les responsables des médias – 2014**
- ✓ **Ecoles et parents –2014**
- ✓ **Plaidoyer législation – 2014.**
- ✓ **Capitalisation – 2014.**

#### 3. Rapport Etape 1 – 2014

### Etape 2 – Mise en œuvre et développement du projet (2014-2015)

1. Stratégie de mise en œuvre des recommandations des séminaires de l'étape 1
2. Formations des médias
3. Formation d'enseignants dans quelques écoles pilotes
4. Formations de parents de quelques écoles pilotes
5. Elaboration d'un guide pratique
6. Développement de sources d'informations pratiques sur la problématique.