

UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR



FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE

MEMOIRE DE MAITRISE

SUJET :

**LA FREQUENTATION DES
CYBERCAFES PAR LES
JEUNES DE GRAND-DAKAR**

Présenté par :

Fily CAMARA

Sous la direction de :

M. Moustapha TAMBA

Année universitaire 2004-2005

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail à :

- Mon guide spirituel El Hadj Mamadou Moustapha Ngom Al Mahdi qui a toujours prôné l'amour des études et grâce à qui ma vie n'est que lumière et mon avenir espoir.
- Mon Khalif El Hadj Ibrahima Ngom, un homme sans façon et toujours égal à lui-même.
- Mes chers marabouts : Akhloubeyti Mamadou Moustapha Ngom et Ibrahima Thiécome Ngom qui n'ont cessé de m'encourager dans mes études afin que j'aie de l'avant .
- Mon père Sadio Camara si dévoué et si aimant envers ses enfants, qui a su faire montre de beaucoup d'amour, de confiance et de tolérance à notre égard, qui se donne beaucoup de mal pour que jamais nous n'ayons à souffrir dans la vie.
- Ma mère Irma Dione que j'aime infiniment : femme très courageuse pour qui, la vie est un éternel combat.
- Mon petit frère Malick Camara que j'encourage beaucoup à se surpasser dans ses efforts.

REMERCIEMENTS

Qu'il me soit permis d'adresser mes sincères remerciements à :

- ✓ Monsieur Moustapha Tamba, mon directeur de mémoire, chef du Département de Sociologie, qui n'a cessé d'œuvrer pour l'avancement de notre département d'excellence.
- ✓ Monsieur Boubakar Ly pour ses précieux conseils qui fondent d'une part le soubassement de ce modeste travail.
- ✓ Tous les professeurs du Département de Sociologie
- ✓ Mes frères et sœurs qui m'ont témoigné de la confiance et m'ont insufflé beaucoup de courage.
- ✓ Mes amis qui ont toujours eu une pensée pour moi : Birane Lô, Pape Babacar Senghor, Fatou Cissé, Mamadou Senghor, Aguibou Diallo, Mamadou Diop, Patrice Corrêa, Fatou Sagna, Candide Migan, Rokhaya Athie.
- ✓ Sidy Bâ pour sa gentillesse, sa disponibilité et sa grandeur d'âme qui m'ont émue.
- ✓ Tous ceux qui aspirent à ce que je réussisse.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE : CADRE GENERAL ET METHODOLOGIQUE .	3
CHAPITRE I : CADRE GENERAL	4
I-1. Problématique.....	4
I-2. Les objectifs de la recherche	8
I-2.1. Les objectifs principaux	8
I-2-2. Les objectifs spécifiques	8
I-3- Les hypothèses	9
I-3-1.Hypothèse principale.....	9
I-3-2. Hypothèses spécifiques	9
I-4- Pertinence du sujet	9
I-5- Définition des termes clés du sujet	10
I-5-1- Les Nouvelles Technologies de l’information et de la Communication (N T I C).....	10
I-5-2- Internet	11
I-5-3- Internaute	11
I-5-4- Cybercafé	12
I-5-5- Loisir	13
I-5-6- Espace de loisirs	13
I-6- Modèles théoriques	14
I-7- Revue critique de la littérature	21
CHAPITRE II : CADRE METHODOLOGIQUE	25
II-1- La pré- enquête ou enquête pilote.....	26
II-2- La documentation	26
II-3- Les personnes- ressources	27

II-4- L'échantillonnage	27
II-5- Les techniques de recueil des données	28
II-5-1 L'observation.....	28
II-5-2- le questionnaire.....	29
II-5-3- Le guide d'entretien.....	30
II-6-1- Les techniques d'exploitation des données	31
II-6-1- L'analyse de contenu.....	31
II-6-2- L'analyse des données.....	32
II-7- l'enquête proprement dite	32
II-7-1- La documentation	32
II-7-2- L'administration du questionnaire	33
II-7-3- l'entretien proprement dit.....	33
II-8- Difficultés rencontrées.....	34

DEUXIEME PARTIE : GRAND DAKAR, INTERNET ET

CYBERCAFE AU SENEGAL 35

CHAPITRE III : PRESENTATION GENERALE DU CADRE D'ETUDE 36

II-1- Situation géographique de la commune d'arrondissement de Grand Dakar	36
III-2- Peuplement et évolution spatiale de la commune de Grand Dakar	37
III-3 Situation socio-économique de la C A Grand-Dakar	39
III-3-1- L'artisanat et l'industrie.....	39
III-3-2- Le commerce et les services	40
III-3-3 L'emploi local	41
III-4 La situation socio-éducative et culturelle de la commune de Grand Dakar	42
III-4-1- L'éducation de base formelle.....	42

TROISIEME PARTIE : ANALYSE ET EXPLOITATION DES	
DONNEES D'ENQUETE.	60
 CHAPITRE VII : LES MECANISMES DE FONCTIONNEMENT DES	
CYBERCAFES DE GRAND-DAKAR	61
VII-1- Les propriétaires de cybercafé	61
VII-2- Les gérants de cybercafé.....	62
VII-3- Les heures de connexion	62
VII-4- Les tarifs de connexion	63
VII-5- L'équipement matériel des cybercafés de Grand Dakar	64
VII-6- Les locaux polyvalents.....	64
VII-7- Les bénéfices générés par les cybercafés	65
 CHAPITRE VIII : LES CYBERCAFES A GRAND-DAKAR : UN CADRE	
DE PREDILECTION DES JEUNES	66
VIII-1- Inventaire des structures de loisirs à Grand Dakar	66
VIII-2- Les sites Internet les plus visités	67
VIII-3- Une clientèle particulièrement jeune	70
VIII-4- Le cybercafé : un environnement ludique pour les jeunes	71
VIII-5- L'affluence d'une forte clientèle	73
VIII-6- Le courrier électronique	74
VIII-7- Les conséquences de l'effet « mode ».....	75
VIII-8- Les différentes motivations des personnes concernées.....	76
VIII-9- Les catégories socioprofessionnelles des clients	77
VIII-10- Le cybercafé : une bonne initiative à Grand-Dakar	79
 CHAPITRE IX : LES OBSTACLES A LA FREQUENTATION DES	
CYBERCAFES A GRAND DAKAR	80
IX-1- Les opinions vis-à-vis des cybercafés.....	80

IX-2- L'alphabétisme	81
IX-3- Les moyens financiers	82
IX-4- Les dangers inhérents à la fréquentation des cybercafés	83
CONCLUSION	85
BIBLIOGRAPHIE	87

Résumé

Ce mémoire dont le sujet est : « La fréquentation des cybercafés par les jeunes de Grand-Dakar » est un travail de recherche basé sur des objectifs et des hypothèses de départ pour enfin aboutir à des conclusions finales.

Les principaux objectifs poursuivis sont de montrer que les jeunes se ruent vers les cybercafés faute de structures de loisirs adéquats à Grand-Dakar, d'abord. Ensuite, nous souhaitons montrer que le modernisme s'infiltre dans les quartiers défavorisés voire pauvres grâce à Internet qui n'épargne aucun milieu. Enfin, il s'y ajoute que les jeunes semblent avoir pris un goût certain à visiter la grande toile.

En ce qui concerne les objectifs spécifiques, il s'est agi de faire ressortir la signification particulière que revêt la fréquentation des cybercafés par les jeunes, ainsi que la mutation qui s'est opérée au niveau de la configuration du quartier et qui draine dans son sillage des changements tout aussi importants.

Pour ce qui est des hypothèses de départ, nous estimons que les cybercafés à Grand-Dakar sont un nouvel espace de loisirs pour les jeunes d'autant plus qu'il y a un engouement de ceux-ci vers ces dits-lieux et que la non-fréquentation est le fait d'obstacles de plusieurs ordres.

Grâce aux recherches documentaires et empiriques, les résultats ont montré que les jeunes de Grand-Dakar sont plus attirés par l'aspect ludique. Ensuite, les cybercafés qui étaient tout au début localisés au niveau des centres-villes sont entrain de connaître une décentralisation vers la périphérie et les banlieues. Enfin, la non-fréquentation des cybercafés par certains jeunes est le fait de la pauvreté, de l'analphabétisme et de la méconnaissance du phénomène.

En conclusion, nous avons déduit que puisque le manque de structures de loisirs est la cause de la propension des jeunes à fréquenter les cybercafés, les autorités municipales se doivent de remédier à cette situation en aménageant des espaces de loisirs publics ouverts à tous sans distinction aucune.

INTRODUCTION

Comme toutes les grandes inventions de l'humanité, Internet a connu un succès sans précédent au niveau planétaire. La grande toile a en effet, fait une entrée très remarquée dans différents milieux qui sont le théâtre d'opérations militaires, universitaires, scientifiques, documentaires, etc.

Son développement est tel qu'au seuil du 21^{ème} siècle, «nul n'est censé ignorer ce réseau des réseaux». La mondialisation aidant, Internet a franchi toutes les frontières et partout à travers le monde aujourd'hui, il n'est plus question que de ce réseau qui offre une fiabilité certaine et un gain de temps considérable dans les différentes actions auxquelles on se livre. Toutefois, pour une plus grande envergure et un accès facilité du réseau aux populations, les cybercafés ont été la réponse à l'attente des populations désireuses de découvrir les «merveilles» du Net.

Dans la commune d'arrondissement de Grand-Dakar, les cybercafés qui se sont progressivement implantés font partie intégrante de l'environnement naturel. C'est ainsi que l'on distingue des locaux plus ou moins grands au sein desquels sont commercialisées les connexions au réseau Internet. Mais l'importance de la population jeune au sein de Grand-Dakar est en paradoxe avec l'absence de structure de loisirs tant il est vrai que la jeunesse aspire naturellement à se divertir. Nous avons insisté sur ce point d'autant plus qu'il permet de mettre en exergue le rôle joué par les cybercafés au niveau du quartier. En effet, la fréquentation des cybercafés par les jeunes de Grand-Dakar présente un double aspect que notre étude se charge de démontrer. Autrement dit, notre étude qui tourne autour d'une logique d'explication de

l'engouement des jeunes pour les cybercafés comme une réaction contre l'absence de loisirs nous a amené à émettre des hypothèses que l'enquête de terrain saura confirmer ou infirmer.

Ce travail qui à notre connaissance, est une première quant à sa problématique et ses objectifs, s'intéresse particulièrement à faire sortir le caractère sociologique de la fréquentation des cybercafés par les jeunes de Grand-Dakar car cette fréquentation qui paraît naturelle est soumise à des contraintes de plusieurs ordres. C'est ainsi que ce travail sera divisé en trois parties.

Dans la première partie, nous exposerons le cadre général et méthodologique qui présente les éléments-clés qui déterminent le cheminement de la recherche et permet à priori de suivre la logique de raisonnement, l'intérêt et le déroulement de l'étude.

La deuxième partie sera consacrée à la présentation générale du lieu d'étude, à la présentation générale du réseau Internet, et enfin à l'avènement des cybercafés au Sénégal.

La troisième partie du mémoire sera réservée à l'analyse et l'exploitation des données d'enquête qui nous permettront de pouvoir exposer les résultats finaux. Il s'agira dans cette partie de voir si les résultats de l'enquête de terrain abondent dans le même sens que les hypothèses émises et les objectifs poursuivis.

PREMIERE PARTIE
CADRE GENERAL ET
METHODOLOGIQUE

CHAPITRE I: CADRE GENERAL

I-1. Problématique :

Depuis plus d'une décennie déjà, le monde connaît une révolution dite numérique marquée surtout par les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et plus particulièrement Internet. Il s'agit d'une étape sans précédent dans l'émergence des moyens de communication et de leur prégnance sur la vie politique, économique et sociale. Depuis la télégraphie jusqu'à Internet aujourd'hui, en passant par la radio, la télévision, la téléphonie (fixe et mobile), le fax, etc., les télécommunications ont fait un pas de géant vers ce qu'on peut appeler « le monde à l'étape de la numérisation. » Internet donne une nouvelle ampleur à la société de l'information où celle-ci est une donnée capitale, source de pouvoir. Ce « réseau des réseaux »¹ est un espace d'expression offrant pratiquement à tous la possibilité de diffuser ses idées. D'ailleurs comme la plupart des technologies dont l'Afrique tente de s'approprier aujourd'hui, Internet est un héritage des pays du Nord, dits développés.

En effet, Internet est né en 1969 sous le nom ARPANET². Créé par le département de la défense américaine et constituée de quatre ordinateurs, il était destiné à la recherche militaire. C'est un réseau reliant les centres de recherches pour échanger des données et pouvant continuer de fonctionner même après une guerre nucléaire. Il ne comportait pas de points névralgiques et les données ne sont pas obligées de suivre le même itinéraire. En cas de rupture ou blocage, les données empruntent un autre chemin. En 1991, l'Université de Minnesota met au point le premier logiciel de navigation et de

¹ Internet est encore désigné sous ce vocable compte tenu de l'interconnexion de plusieurs ordinateurs à travers le monde, ce qui entérine l'idée de réservation.

² ARPA (Advanced Projects Research Agency) Agence de recherche pour les projets avancés et NET qui signifie filet, réseau.

recherche sur Internet : Gopher. Le réseau va évoluer et s'élargir au monde universitaire et scientifique. En raison de son succès, les militaires vont scinder les connexions pour isoler leur réseau sous le nom MILNET. Le réseau, resté public, adopte sa forme actuelle sous le nom d'Internet, c'est-à-dire un ensemble de réseaux interconnectés par le protocole TCP/IP³ permettant la communication entre deux machines connectées. Aujourd'hui, Internet relie des millions d'ordinateurs à travers le monde est encore appelé la toile, le Web ou tout simplement le Net. A l'heure actuelle, il est devenu un outil que chaque peuple, chaque pays doit pouvoir s'approprier pour notamment y diffuser sa culture et affirmer sa présence dans le monde. Par ailleurs, en ce qui concerne les pays du tiers-monde en général et le Sénégal en particulier, d'aucuns pensent qu'ils doivent se connecter et faire leurs cette technologie pour tenter de combler le fossé qui existe déjà à ce niveau entre Nord et Sud. L'accroissement des inégalités serait d'autant plus accru par leur non-connexion aux info-routes, qui est analysé comme un facteur encore plus grave d'exclusion du progrès économique et du développement social.

Le Sénégal figure parmi les rares pays africains où les télécommunications, en l'occurrence la téléphonie et Internet, connaissent une évolution certaine. Il connaît en effet une situation relativement acceptable en matière de NTIC. D'ailleurs, l'UNRISD⁴ révèle qu'avec un taux moyen de 16% par an, la croissance de la valeur ajoutée des services de télécommunication reste nettement supérieure à celle du produit intérieur brut (PIB) qui serait de 6,3% et du secteur tertiaire (7%)⁵.

Ainsi, le Sénégal fait partie des pays africains les mieux lotis dans le domaine des NTIC puisqu'il dispose d'atouts techniques et de ressources

³ TCP/IP= Transmission Control Protocol / Internet Protocol

⁴ UNRISD (United Nations Research Institute for Social Development) = Institut de Recherche des Nations-Unies pour le développement social.

⁵ K. Foly Akoussan C., « *La Presse écrite sur Internet* », CESTI, 2001 - 2002

humaines⁶ qualifiées en la matière. Depuis mars 1996, le Sénégal est raccordé à la « grande toile ». En effet, la SONATEL⁷ et la société américaine MCI ont signé un accord permettant des mises à jour techniques donnant par là même le coup d'envoi à l'ère commerciale Internet au Sénégal. Au départ, Internet a surtout été utilisé dans le milieu des ONG, de l'enseignement supérieur, universitaire et de la recherche⁸. C'est dans ce cadre que s'inscrit le premier programme important de vulgarisation d'Internet dénommé World Links for Development (WorLD) impulsé par la Banque Mondiale en 1998, son introduction dans les structures de recherche comme l'IRD, le CRDI etc.

Aujourd'hui, Internet va à la conquête du grand public. Toutefois compte tenu de la faiblesse de leur niveau de vie, du coût de l'équipement informatique et du prix élevé des communications, bien peu de sénégalais sont à même de se connecter à partir de chez eux. De ce fait, la plupart d'entre eux le font sur leur lieu de travail, à partir des centres de consultation universitaires, des centres de ressources communautaires (CRC) situés pour l'essentiel à Dakar mais également dans la plupart des villes secondaires, à partir des points d'accès situés dans les télé-centres ou cybercafés.

Depuis 1996, les cybercafés et autres points d'accès à Internet ont fleuri un peu partout, principalement à Dakar mais également dans les régions. Ainsi, après une première phase marquée par l'utilisation d'Internet au niveau des organismes internationaux et dans certaines infrastructures administratives, on assiste à une sorte de «démocratisation» de l'usage, en faveur des couches défavorisées qui n'ont pas les moyens de se connecter à

⁶ K. Foly Akoussan C., « *La Presse écrite sur Internet* », CESTI, p. Introduction

⁷ Société Nationale de Télécommunications en situation de monopole

⁸ Sagna O., « *Les technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal : un état des lieux*, UNRISD, Janvier2001.

domicile⁹ Dans le processus de « popularisation » de l'utilisation d'Internet, on note non seulement la multiplication des structures fournisseurs d'accès mais aussi celle des points d'accès à Internet qui, après une souscription auprès de ces dernières, commercialisent les services directement au public : c'est l'avènement des cybercafés comme le « Métissacana » et le « Ponty » situés au cœur de Dakar. Par la suite, les cybercafés se sont généralisés dans les quartiers populeux et en banlieue où on assiste depuis quelques temps à l'implantation de cybercafés, au grand bonheur des jeunes. Ceci s'explique par une délocalisation des cybercafés du centre ville vers la périphérie, motivé en cela par le souci de vulgarisation. C'est ainsi que Grand Dakar a été atteint. Mais, outre son utilité première à savoir un outil inégalé en matière d'information et de documentation, l'accès à Internet au niveau des cybercafés revêt une signification particulière dans les quartiers populaires en général, Grand Dakar en particulier.

En effet, dans les zones d'habitations pauvres où l'on note une quasi-absence de structures à titre ludique tels que les aires de jeux (terrain de football, de basket, de handball etc.), espace vert, parcs, jardin public, salles de jeux, bibliothèque publique etc., les jeunes ont tendance à se tourner vers les cybercafés, qui pour traquer l'information, qui pour communiquer avec d'autres personnes grâce à la messagerie électronique, qui pour se distraire tout simplement. Dès lors, vu l'intérêt que suscite les cybercafés au niveau de la population jeune surtout, vu l'état des lieux en matière de loisirs à Grand Dakar, l'on se pose la question de savoir si véritablement les cybercafés ne constituent pas un nouvel espace de loisirs pour les jeunes de Grand Dakar ?

⁹ Lô M. T., « les micro entreprises du secteur informel dans le domaine des Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) : Enjeux et Impact, DEA 2001, p. 33 Bibliothèque du département de sociologie.

C'est à cette question que tente de répondre cette recherche dont les objectifs précis sont les suivants :

I.2. Les objectifs de la recherche :

Cette étude présente deux types d'objectifs :

- des objectifs principaux
- des objectifs spécifiques.

I.2.1. Les objectifs principaux :

En ce qui concerne les objectifs principaux, nous souhaitons montrer :

- que compte tenu du manque criard de structures de loisirs dans la commune d'arrondissement de Grand-Dakar, le cybercafé est un nouveau lieu de loisir des jeunes.
- que le modernisme est entrain de s'infiltrer non seulement dans les grandes villes mais aussi dans les quartiers populeux voire pauvres à travers notamment les nouvelles technologies de l'information et de la communication.
- qu'aucun milieu n'est épargné par la véritable révolution technologique que constitue Internet qui relègue le monde à l'image d'un village planétaire.
- que les jeunes de Grand-Dakar semblent avoir pris un goût certain à visiter la grande toile grâce à la vulgarisation d'Internet au niveau des cybercafés.

I.2.2. Les objectifs spécifiques :

Nous cherchons à faire ressortir la signification particulière que revêt la fréquentation des cybercafés par les jeunes au niveau de Grand Dakar.

Nous voulons montrer comment le changement qui s'opère au niveau de la configuration du quartier avec l'apparition des cybercafés draine dans son sillage des changements de toutes sortes tout aussi importants.

I.3. Les hypothèses :

Il n'est d'observation qui ne repose sur des hypothèses. Celle-ci se présente comme une réponse provisoire à la question de départ de la recherche, progressivement revue et corrigée au cours du travail exploratoire et qui demande à être vérifiée. En ce qui nous concerne, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Hypothèse principale
- Hypothèses spécifiques

I.3.1. Hypothèse principale :

En plus de la dimension pratique, les cybercafés à Grand-Dakar constituent un nouvel espace de loisirs pour les jeunes et une preuve effective de la vulgarisation d'Internet jusque dans les quartiers défavorisés de la région de Dakar.

I.3.2. Hypothèses spécifiques :

- Il y a un grand engouement des jeunes du quartier de Grand Dakar vers les cybercafés devenus un nouvel espace de loisir.
- La non-fréquentation des cybercafés, contrairement à une volonté exprimée, est le fait d'obstacles de plusieurs ordres qui défavorisent certains jeunes par rapport à d'autres.

I.4. Pertinence du sujet :

Jusque-là, malgré les nombreuses recherches documentaires que nous avons eu à faire, aucune n'a réellement porté sur les cybercafés de manière spécifique. Etant donné que notre souci a été au départ de faire l'étude d'un thème original et d'actualité, on peut dire que ce modeste travail peut être qualifié d'œuvre pionnière et constituer une base de données sur laquelle on peut s'appuyer pour approfondir les recherches.

Certes, ce n'est pas la documentation sur Internet qui fait défaut, encore moins les documents qui ont fait état de son apport considérable au niveau de la recherche scientifique, de la presse écrite, du secteur de l'informel etc., qui ont fait l'objet de recherches sérieuses et dont nous avons eu à consulter les écrits sous forme de mémoire de maîtrise, de DEA etc.

Toutefois, nous estimons que ce qui fait la pertinence de notre sujet, c'est qu'il s'inscrit dans une logique qui n'a pas encore fait l'objet d'une réflexion sérieuse, à savoir le cybercafé perçu comme un espace de loisirs ; car nous pensons que, quand bien même la fréquentation des cybercafés serait pratique, n'empêche qu'à cette utilité première s'ajoute une dimension ludique au niveau des cybercafés de Grand Dakar.

Enfin, si l'enquête de terrain révèle qu'effectivement les cybercafés à Grand-Dakar constituent un nouvel espace de loisirs des jeunes, alors l'implantation de cybercafés au sein des quartiers populeux en général serait un nouveau secteur d'activité dans lequel investir présente de grandes possibilités de développement socio-économique communautaire.

I.5. Définition des termes-clés du sujet :

I.5.1. Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : (NTIC)

Communiquer signifie transmettre des informations et en recevoir en retour. Au début des années 80, le rapprochement puis la fusion de l'informatique et des télécommunications ont déclenché un essor sans précédent des différentes formes de communication. Cette fusion via Internet supprime les contraintes de temps, de coût et d'espace.

En somme, c'est l'ensemble des technologies utilisées pour stocker, traiter, modifier, échanger ou diffuser du texte, des sons, des images ou

symboles sous formes numérisées dans des réseaux d'acheminement ; la réalisation de tout ceci étant rendu possible par la convergence des techniques issues de l'informatique, des télécommunications, de l'audiovisuel et de la radiodiffusion. Ainsi, ce sont les NTIC qui sont porteuses de la mondialisation, de la révolution, d'où l'étiquette de « nouvelle » qu'on leur colle¹⁰.

I.5.2. Internet :

Par métonymie, Internet peut être considéré comme un support virtuel et non comme un support électronique. En effet, Internet n'est pas un support physique sur lequel sont stockées les données consultées mais il rend virtuellement accessible à l'internaute l'ensemble des données numériques reliées au réseau. Réseau mondial de communication reliant des universités et des millions d'ordinateurs, il offre une gamme très étendue de services dont le plus connu est le World Wide Web ou tout simplement le Web, la partie multimédia de l'Internet. On y échange du courrier électronique (e-mail), des informations et des opinions (news-groups). Plus qu'une simple mode, le phénomène Internet constitue à coup sûr l'une des évolutions les plus marquantes en terme de télécommunications à l'échelle mondiale¹¹.

I.5.3. Internaute :

Encore appelé cybernaute ou «client» étant donné la logique de fonctionnement des cybercafés, à savoir des structures privées qui commercialisent les services de connexion au public, après une souscription auprès des fournisseurs d'accès, le terme désigne toute personne qui, au cours

¹⁰ Diouf D., *Problématique de l'appropriation des nouvelles technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) par les communautés de base : cas du projet Cyberpop / Bombolong (ENDA Tiers-monde / CRDI)*, DEA, 2000-2001.

¹¹ Jeune Afrique du 19 octobre 1995, p. 55

des trente (30) jours, a utilisé Internet quels que soient le lieu de connexion (foyer, bureau, école, cybercafé etc.) et la fonction utilisée (messagerie, consultation de sites, téléchargement de fichiers etc.).

I.5.4. Cybercafé : (ou cybercentre, cyberespace, cyberpop...)

Il est formé des mots cyber et café. Du grec signifiant « gouverner » qui a servi en 1945 à former le nom cybernétique (science des communications et des régulations au sein d'organismes vivants ou de machines), le vocable cyber désigne tout ce qui se rapporte aux modes de pensée et de vie liés aux nouvelles technologies de la communication. Le «café» est dans la majorité des cas une institution de loisir chargée d'importantes fonctions sociales et culturelles. De prime abord, le café est considéré comme un cadre de consommation de boissons. La fréquentation des cafés est une activité qui a toutes les propriétés du loisir pour la majorité des consommateurs¹². La quasi-totalité des individus recherche dans la fréquentation du café en plus de la consommation de boissons, des contacts, des échanges qui agrémentent, compensent ou complètent les relations quotidiennes imposées par le travail, les devoirs familiaux et sociaux.

Dans ce cas précis, nous entendons par cybercafé les structures qui, après avoir souscrit un abonnement à Internet auprès d'un fournisseur d'accès (comme c'est le cas de la SONATEL), allient la commercialisation des connexions au grand public en plus de la vente de boissons, apéritifs, rafraîchissements. Les tarifs sont fixés par les propriétaires en fonction du temps de connexion. D'autres services ou ventes peuvent être effectués dans ces locaux : vente de matériel informatique, traitement de texte, photocopie, fax etc.

¹² Dumazedier J., *Sociologie empirique du loisir, critique et contre critique de la civilisation du loisir*, Seuil, Paris, 1974.

I.5.5. Loisir :

Nous croyons à la fois valide et plus opératoire d'affecter le mot loisir au seul contenu de temps orienté vers la réalisation de la personne comme fin dernière. Ce temps est octroyé à l'individu par la société lorsque ce dernier s'est acquitté, selon les normes sociales du moment, de ses obligations professionnelles, familiales, socio-spirituelles et socio-politiques. C'est un temps durant lequel l'individu se libère à sa guise de la fatigue en se délassant de l'ennui, en se divertissant de la spécialisation fonctionnelle, en développant de façon désintéressée les capacités de son corps et de son esprit. Comme nous l'avons dit plus haut, c'est une nouvelle valeur sociale de la personne qui se traduit par un nouveau droit social, le droit pour la personne de disposer d'un temps dont la fin est d'abord la satisfaction d'elle-même¹³.

Le loisir concerne un ensemble plus ou moins structuré d'activités par rapport aux besoins du corps et de l'esprit des intéressés (loisirs physiques, pratiques, artistiques, intellectuels, sociaux). Mais la recherche du bonheur, du plaisir et de la joie est un des traits fondamentaux du loisir de la société moderne¹⁴, qui donne alors à l'homme les possibilités de se libérer des fatigues physique et nerveuse qui contrarient les rythmes biologiques de la personne. Il est pouvoir de récupération et occasion de désœuvrement.

I.5.6. Espace de loisirs :

Tout autant espace culturel, est un espace social où se nouent des relations spécifiques entre des êtres, des groupes, des milieux, des classes. Cet espace est déterminé par les caractéristiques de la population qui l'utilise, par le mode de vie des différents milieux sociaux qui le fréquentent. L'espace de loisirs doit être aussi un espace temporel : sa délimitation, son équipement,

¹³ Dumazedier J. , 1974, p. 93

¹⁴Dumazedier J. 1974, p. 97

son utilisation doivent pouvoir varier avec le temps. L'espace de loisirs comprend les équipements privés comme les équipements publics.

I.6. Modèles théoriques :

Le modèle théorique constitue le prolongement naturel de la problématique en articulant sous forme opérationnelle les repères et les pistes qui seront finalement retenus pour présider au travail d'observation et d'analyse¹⁵. Vu la nature de notre sujet qui s'arroge plusieurs caractéristiques, nous avons jugé nécessaire l'utilisation de plusieurs modèles dont le choix de chacun se trouve ici pleinement justifié.

- Le diffusionnisme

Nous avons choisi le diffusionnisme comme modèle théorique général. Opposé à l'Evolutionnisme, le diffusionnisme entendait démontrer l'historicité des peuples que l'on prétendait sans histoire par l'étude de leur distribution dans l'espace¹⁶.

Le diffusionnisme est une théorie qui soutient que les sociétés humaines se développent beaucoup par l'emprunt et l'imitation à la suite de contacts culturels entre peuples que ne le croyaient les évolutionnistes. Il n'affirme pas la même confiance dans le génie de l'homme et sa faculté à progresser par invention. Il croit plutôt à l'égalité des hommes, mais à l'inégalité des cultures, le monde présentant des foyers culturels plus avancés que d'autres. Loin d'étudier les cultures comme modèles représentant des stades successifs dans le temps, le diffusionnisme refuse de considérer l'humanité comme se développant en cellules fermées repliées sur elles-mêmes, chacune évoluant de façon autonome au fur et à mesure des inventions (thèse de Morgan). Pour le diffusionniste, ces inventions ou éléments de culture se répandent de sociétés à

¹⁵ Quivy R., Campenhoud L. V. , *Manuel de recherches en sciences sociales*, Dunod, Paris, 1995, p. 149

¹⁶ *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, PUF, Quadrige, Paris, 2000.

sociétés voisines, par migrations ou guerres. Ainsi pour lui, l'objet de l'anthropologie est la recherche des modes de diffusion d'une culture à une autre, comment un élément culturel passe-t-il d'une société à une autre¹⁷ ? C'est le fondateur de l'anthropologie américaine Franz Boas (1858-1942) qui a ouvert la voie au diffusionnisme qui va se développer dans les premières années du XX^E siècle, tout en restant géographiquement limité aux Etats-Unis et en Allemagne et plus marginalement à la Grande Bretagne. Le courant restera vivace en Allemagne surtout, jusqu'aux années 1930, pays où il va prendre naissance avec le géographe Ratzel (1844-1904) qui emprunta à Gerland le concept de «diffusion» et à M. Wagner la «théorie des migrations»¹⁸, et qui souligne l'importance des mouvements migratoires pour la diffusion des inventions et des techniques, sorte de «processus civilisateur» permettant à certaines cultures de s'imposer à d'autres. «La distance géographique, si grande soit-elle, est sans importance pour la diffusion¹⁹». L'homme y est vu comme rarement inventif et l'histoire de l'humanité se résumerait ainsi à une série d'emprunts culturels, à partir de foyer de diffusion de la civilisation.

Le choix du diffusionnisme comme modèle d'analyse s'explique par le fait que dans ce cas précis, nous sommes en présence d'un phénomène (Internet en général ; cybercafé en particulier) qui s'est délocalisé du Nord au Sud, des pays développés à ceux dits en voie de développement. A travers ces cybercafés, c'est tout un processus d'emprunt des techniques modernes qui est fait à l'Occident, comme la majeure partie des technologies que nous utilisons d'ailleurs. La notion de foyers culturels plus avancés que d'autres se trouve justifiée par la suprématie de la culture occidentale en général, américaine en

¹⁷ Lombard J. , *Introduction à l'ethnologie*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 64

¹⁸ *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, Quadrige, Paris, 2000

¹⁹ Lombard J. , *Introduction à l'ethnologie*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 67

particulier par leur facilité à imposer leur mode de vie et de penser à tous les niveaux : politique, économique et socioculturel.

Au niveau national, on peut parler de diffusion dans la mesure où les cybercafés, repérés au tout début dans le centre-ville, sont entrain d'investir les banlieues et quartiers périphériques de Dakar et des autres régions, étant entendu que la diffusion procède plus par imitation ou emprunt que par invention ou création.

-Le modèle du changement

Parallèlement au diffusionnisme que nous avons choisi comme modèle théorique général, nous avons recouru à la théorie du changement social, plus spécifique du changement, pour expliquer le phénomène de l'implantation des cybercafés à Grand Dakar. Guy Rocher définit le changement social comme « toute transformation observable dans le temps, qui affecte d'une manière qui ne soit pas que provisoire ou éphémère la structure ou le fonctionnement de l'organisation sociale d'une collectivité donnée et modifie le cours de son histoire ». Il est le changement de structure qui résulte de l'action historique de certains acteurs ou de certains groupes à l'intérieur d'une collectivité donnée²⁰. Toutefois, pour qu'il y ait changement social, il faut nécessairement que soient réunis les éléments suivants :

- un facteur de changement qui est élément d'une situation donnée qui, du seul fait de son existence ou par action qu'il exerce, entraîne ou produit un changement.
- une condition du changement qui est un élément de la situation qui favorise ou défavorise, active ou ralentit, encourage ou retarde l'influence d'un ou de plusieurs facteurs du changement.

²⁰ Rocher G. , *Introduction à la sociologie générale, Tome III : Le changement social*, Paris, Seuil, 1970

- les agents du changement qui sont les personnes, les groupes, les associations qui introduisent le changement, qui l'appuient, le favorisent ou s'y opposent. Ce sont les acteurs et les groupes dont l'action est animée par des buts, des valeurs, des intérêts, des idéologies qui ont un impact sur le devenir d'une société.

Le changement social consiste en des transformations observables et vérifiables sur de courtes périodes de temps. Un même observateur peut durant sa vie ou même durant une brève période de sa vie, en suivre le développement et en connaître l'issue, ou ce qu'on peut considérer provisoirement comme telle.

De plus, le changement social est davantage localisé géographiquement et sociologiquement : on peut généralement l'observer à l'intérieur d'une aire géographique ou dans un cadre socioculturel plus limité que l'évolution.

Le changement social est nécessairement un phénomène collectif, c'est-à-dire qu'il doit impliquer une collectivité ou un secteur appréciable d'une collectivité ; il doit affecter les conditions ou les modes de vie ou encore l'univers mental de plus que quelques individus seulement. Ainsi donc, il concerne une communauté, une organisation, une collectivité ou des individus pris collectivement s'il s'agit par exemple d'un changement de représentations²¹. Le changement social doit être un changement de structure, c'est-à-dire qu'on doit pouvoir observer une modification de l'organisation sociale dans sa totalité ou dans certaines de ses composantes. Il est essentiel en effet pour parler de changement social qu'on puisse indiquer les éléments structuraux ou culturels de l'organisation sociale qui ont connu des modifications avec une suffisante précision. On ne parlera donc de changement qu'après s'être assuré de la pérennité des modifications étudiées,

²¹ Durand J. P. , Weil R. , *Sociologie contemporaine*, Edition Vigot, 1993

c'est-à-dire que les transformations structurelles observées doivent avoir une certaine stabilité.

Le changement social suppose qu'on puisse l'identifier dans le temps. En effet, on ne peut pas apprécier et mesurer le changement social que par rapport à un point de référence dans le passé. C'est à partir de ce point de référence qu'on peut dire qu'il y a eu changement, ce qui a changé et dans quelle mesure qu'il y a eu changement. Il doit donc être identifié par rapport à une situation de référence.

Tout changement social doit faire preuve d'une certaine permanence, c'est-à-dire que les transformations observées ne doivent pas seulement être superficielles ou éphémères. Elles doivent au moins permettre de croire qu'elles dureront plus qu'une mode passagère. En considération de tous ces points développés pour expliciter pour notre propre recherche le phénomène du changement social, nous estimons que le choix du modèle est pertinent du fait qu'il colle avec notre objectif qui est de montrer que Grand Dakar est un quartier en mutation. Toutes les caractéristiques du changement développées plus haut sont repérables au niveau de l'environnement structurel du quartier.

Par ailleurs, la présence des cybercafés (facteurs du changement) inexistants il y a quelques temps de cela et qui ont entraîné un engouement vers ces dits lieux (condition du changement) de la part des populations (agents du changement) sont autant de choses qui témoignent de l'effectivité du changement social à Grand Dakar²².

-La théorie des besoins de Maslow

En troisième et dernier lieu nous avons choisi la théorie des besoins d'Abraham Maslow pour aider à mieux comprendre les besoins de l'homme.

²² Nous verrons plus loin que le changement s'est opéré à d'autres niveaux socio-économiques et des répercussions plus importantes que celles des aspects physiques.

A la base des théories humanistes, l'humain est vu comme un être fondamentalement se dirigeant vers son plein épanouissement. Cette approche suppose l'existence du Moi et insiste sur l'importance de la conscience et de la « conscience de soi ». Le but recherché par le psychologue est donc de permettre à tout individu de se mettre en contact avec ses émotions et ses perceptions afin de se réaliser pleinement, c'est-à-dire atteindre l'actualisation de soi. Parmi les principaux représentants de cette école de pensée, rappelons Carl Rogers (1902-1987) et Abraham Maslow (1916-1972).

Selon Maslow, les besoins humains sont organisés selon une hiérarchie où, à la base, on trouve les besoins physiologiques élémentaires et à son sommet, les besoins psychologiques et affectifs d'ordre supérieur. Il stratifie les besoins humains sous forme de pyramide qu'il appelle « pyramide des besoins de l'homme ». La première observation que l'on peut faire devant une pyramide, c'est que pour qu'elle tienne droite, elle doit avoir une base solide car une erreur de construction ou de soubassement entraînerait un affaissement de l'ensemble, pour avoir une approche de l'interdépendance des besoins.

Maslow distingue cinq (5) niveaux de besoins humains :

1) les besoins physiologiques dont la satisfaction est importante ou nécessaire pour la survie. Les êtres humains ont huit (8) besoins physiologiques que sont les besoins d'oxygènes, de liquides, de nourriture, de maintien de la température corporelle, d'alimentation, de logement, de repos, et de rapports sexuels.

2) les besoins de protection et de sécurité viennent immédiatement après les besoins physiologiques dans l'ordre de priorité des besoins. Ils comprennent la sécurité physique et psychologique.

3) les besoins d'amour et d'appartenance (être accepté tel que l'on est, recevoir et donner amour et tendresse, avoir des amis et un réseau de communication satisfaisant etc.).

4) le besoin d'estime de soi et de considération dans la mesure où toute personne doit éprouver de l'estime pour elle-même et sentir que les autres ont de la considération pour elle. Le besoin d'estime de soi est rattaché au désir de force, de réussite, de mérite, de maîtrise et de compétence, de confiance en soi face aux autres d'indépendance et de liberté. Une personne a aussi besoin d'être reconnue et appréciée des autres.

5) le besoin d'actualisation de soi : lorsqu'une personne a satisfait tous les besoins des niveaux précédents, c'est dans l'actualisation de soi qu'elle parvient à réaliser pleinement son potentiel (accroître ses connaissances, développer ses valeurs, « faire du neuf », créer de la beauté) et comme dit Nietzsche, « devenir ce que nous sommes ».

Si ces besoins sont satisfaits, il y a apparition selon ce qu'on appelle le principe d'émergence, d'autres besoins secondaires de développement qui sont plus de l'ordre de réalisation de soi : le besoin de divertissement, de distraction, d'épanouissement à travers les loisirs.

L'utilisation de la théorie de Maslow est intéressante car elle suppose qu'après satisfaction des besoins fondamentaux, la personne en éprouve d'autres car il est avéré que l'homme a aussi besoin de laisser libre cours à sa personnalité dans des activités ou des préoccupations qui ne sont soumises à aucune fin lucrative, utilitaire ou idéologique, sinon que de l'épanouir, sans pour autant être une perte de temps en soi. Par ailleurs, il faut comprendre que les besoins de l'homme ne sont pas tous de nature matérielle²³. En ce sens, les activités de loisir permettent à l'homme de sortir des routines et des

²³ Boudon R. , Bourricaud F. , *Dictionnaire critique de sociologie*, PUF, 3^e édition mise à jour, Paris, 1990

stéréotypes imposés par le fonctionnement des organismes de base²⁴. Il ouvre la voie d'un libre dépassement de soi-moi et d'une libération du pouvoir créateur.

A Grand-Dakar, il existe une quasi-absence des activités de loisir alors que nous venons de démontrer plus haut que le divertissement, l'épanouissement à travers des activités désintéressées pour la recherche d'un état de satisfaction est une fin en soi. D'où la fréquentation des cybercafés par les populations est une façon de satisfaction d'un besoin humain (celui de distraction) qui ne trouve malheureusement pas des conditions favorables dans son environnement naturel.

I.7. Revue critique de la littérature :

Il n'y a pas de littérature à proprement parler qui traite des cybercafés au Sénégal. Cela peut s'expliquer par le fait que les cybercafés sont un phénomène trop récent, pour avoir pu faire l'objet d'une étude scientifique véritable. Jusqu'à présent, la majeure partie des travaux de recherche tourne autour des NTIC, dont la révolution fulgurante fut Internet. Comme nous l'avons signalé tantôt, on ne saurait faire fi du phénomène Internet dès lors qu'on voudrait travailler sur les cybercafés. C'est ce qui explique que nous avons exploité tous les documents qui étaient susceptibles de nous être d'un quelconque apport pour l'approfondissement de nos connaissances sur Internet et les multiples usages qu'on en fait aujourd'hui dans des domaines divers.

A cet effet, les travaux d'Olivier Sagna²⁵ méritent d'être pris en compte dans l'évaluation de la littérature relative aux NTIC au Sénégal. Il s'agit d'un

²⁴ Les organismes de base de la société sont les institutions familiales, les institutions socio-politiques, socio spirituelles etc.

²⁵ Sagna O., *Les technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal : Un état des lieux*, UNRISD, Janvier 2001. 61 p. CESTI

document élaboré dans le cadre des recherches commanditées par l'UNRISD (Institut de Recherche des Nations-Unies pour le Développement Social) .

C'est un travail qui s'est fait en terme d'ébauche sur les dimensions essentielles de la question des NTIC au Sénégal. Il nous a présenté une large vision de l'introduction des NTIC au Sénégal depuis les années 60 jusqu'à aujourd'hui, tout en faisant état des retombées et des implications qu'elles ont eues dans le cours de l'histoire politique, économique et sociale du pays.

De même, il s'est agi de relater les initiatives entreprises par les pouvoirs publics dans le sens du développement de la réglementation et de la transformation de l'environnement du secteur des TIC au Sénégal. Cette analyse des relations entre le secteur public et les TIC a aussi concerné le rôle de ces dernières dans le renforcement de la démocratie, notamment en ce qui concerne le processus de la décentralisation, mais aussi les défis en matière d'éducation, de santé et des infrastructures. Ce qui nous a surtout intéressé dans cet ouvrage, étant donné l'intitulé de notre sujet de recherche, c'est l'importance et la logique de fonctionnement des points d'accès à Internet, en l'occurrence les cybercafés mais également l'inventaire qui y est fait des différents cybercafés, à compter du Métissacana au Cyber Kiosk de l'association Yinternet.org, situé à Colobane. Cet ouvrage était incontournable dans la mesure où il nous présente les pionniers dans la vulgarisation de l'accès à Internet au Sénégal, à Dakar.

Par ailleurs, le mémoire de Dominique Diouf²⁶ sur la « Problématique de l'appropriation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) par les communautés de base : cas du projet Cyberpop / Bombolong (ENDA Tiers-monde / CRDI) » fait état de

²⁶ Diouf D., *Problématique de l'appropriation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) par les communautés de base : cas du projet Cyberpop/Bombolong (ENDA Tiers-monde/CRDI)*, Mémoire de DEA, 2000-2001. Bibliothèque du Département de Sociologie

l'appropriation des NTIC par les communautés de base en prévision d'un développement socio-économique durable. A travers ce projet initié par le CRDI en partenariat avec l'ONG ENDA Tiers-monde, le projet semble être une réponse aux besoins des populations dans le tournant décisif du développement des NTIC et de la mondialisation. Il présente le programme comme ayant comme principaux objectifs la démocratisation et l'utilisation des NTIC en les intégrant dans le tissu social sans oublier les populations défavorisées, la valorisation des ressources de l'économie populaire par l'utilisation de supports multimédias pour rendre visible les innovations sociales et techniques des groupes de base, la collecte et l'exploitation d'informations pour la production de contenus endogènes sur les stratégies alternatives de lutte contre la pauvreté par un développement durable. Le projet Cyberpop/Bombolong se propose de contribuer à décroiser les initiatives populaires pour un changement d'échelle des activités et des innovations sociales, culturelles et techniques, de renforcer les capacités stratégiques et opérationnelles des organisations populaires pour négocier et faire valoir leurs visions et leurs actions dans le développement durable. Il fait une présentation des différents sites concernés, en l'occurrence celui de Yeumbel et Al Baraka. Enfin, il démontre que la pauvreté et l'analphabétisme constituent les principaux obstacles à l'appropriation des NTIC, en particulier Internet dans les zones en question et préconise des solutions axées surtout sur la lutte farouche contre ces deux « fléaux ».

Ce mémoire nous a été d'une aide précieuse car il soulève un phénomène qui est incontournable dans notre recherche et qui, plus est, reste commun à tous les quartiers populeux à savoir la pauvreté et l'analphabétisme. Nous verrons plus loin que ces deux éléments jouent un rôle déterminant quant à la fréquentation des cybercafés de Grand-Dakar.

« Les micro entreprises du secteur informel dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) : Enjeux et Impact », mémoire de Mame Thierno Lô²⁷, fait état lui également de l'appropriation des NTIC par les tenants du secteur de l'informel, opérant dans le domaine de l'information et de la communication. Il s'agit surtout dans ce travail de voir comment de petites entreprises parviennent à émerger dans un contexte de conjoncture économique. Le commerce autour de ces NTIC favorise la création de nouveaux emplois (gérant de télé-centres et de cybercafé), ainsi que la vente d'accessoires pour les téléphones portables, réparation, décodage etc. Elle se propose également d'analyser la façon dont le secteur informel sénégalais se recompose en général avec l'essor des NTIC, du point de vue des investissements que les opérateurs économiques du Sénégal font dans ce domaine.

Il s'agit de voir dans quel secteur, la création par les opérateurs de micro-entreprises de prestation de services rendus possible par les NTIC. Il faut aussi retenir que le secteur informel est ici étudié non pas en référence à une connotation idéologique que l'adjectif « informel » qui le renverrait à des types d'activités qu'il faut combattre, rejeter ou décrier, mais compte tenu des réalités économiques et sociologiques qui y sont en jeu et qui sont déterminantes à une échelle nationale. Son objectif est d'analyser les impacts et les enjeux du fonctionnement des structures créées à la fois dans l'environnement du secteur, mais aussi chez les usagers ou consommateurs. Il s'agit d'appréhender la logique de fonctionnement des structures mises en place par les opérateurs où il y a le commerce des services rendus possible par les NTIC (télé-centres et cybercafés) mais aussi celle des activités de vente (commerce d'appareils et d'accessoires) et de prestation de services

²⁷ Lô M. T., *Les micro-entreprises du secteur informel dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) : Enjeux et Impact* », Mémoire de DEA, 2000-2001

(réparation, décodage). Ceci implique de nouveaux emplois et le changement de pratiques communicationnelles.

Toutefois, la présente étude a davantage mis l'accent sur les télé-centres étant donné leur supériorité en nombre par rapport aux cybercafés. Mais elle est une preuve vivante des pas de géants accomplis dans le domaine des NTIC. Et comme les télé-centres qui ont connu un grand « boum », les cybercafés commencent tout autant à investir les quartiers populeux tels que Grand-Dakar et en mieux dans la mesure où le Net offre des possibilités de communication beaucoup moins chères.

Le mémoire de Oumar Boye²⁸ intitulé « Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et du Développement social : place du courrier électronique dans la dynamique des relations sociales à Dakar » présente le « e-mail » comme un moyen de re-dynamisation des relations sociales par les usagers du Net, à travers la fréquentation des cybercafés. Il dégage l'hypothèse selon laquelle, le tissu relationnel des dakarois s'est davantage renforcé grâce à la messagerie électronique (e-mail) qui permet d'envoyer des courriers d'un ordinateur à un autre. Étant donné que les cybercafés sont le lieu privilégié de connexion à Internet, l'étude s'est faite sur une dizaine d'entre eux situés à Dakar et dont il fait une présentation générale. Cette étude nous a inspirée car elle est pratiquement, la seule qui ait traité des cybercafés de manière générale et du courrier électronique de façon spécifique.

CHAPITRE II : CADRE METHODOLOGIQUE

La sociologie étant une science, sa démarche nécessite une méthodologie. La méthodologie est un plan conçu pour la recherche. Ce plan

²⁸ Boye O., Mémoire de DEA 1999-2000, 50 p. Bibliothèque du Département de Sociologie.

regroupe différentes méthodes et techniques utilisées pour recueillir des données qualitatives et quantitatives et auxquelles justement nous avons fait appel dans cette partie.

II.1. La pré-enquête ou enquête-pilote :

Il s'agit d'une première descente sur le terrain pour recueillir des données empiriques et s'éloigner un peu des spéculations sans contenu cognitif concret et qui nous mèneraient à des résultats non concluant. Cette enquête-pilote est d'autant plus importante que l'objet de notre étude et ses implications spécifiques ne se trouvent pas développés suffisamment dans des documents qui pourraient nous servir de point de départ. En ce qui nous concerne, elle a consisté à nous rendre sur le champ d'investigation pour constater l'état des cybercafés, le nombre de machines fonctionnelles, avoir un aperçu sur la clientèle, l'emplacement stratégique. Aussi, nous nous sommes donnés la peine de poser quelques questions aux gérants pour avoir des renseignements étant donné que les informations avant ou après enquête ne sont jamais de trop.

II.2. La documentation :

Ce n'est pas la documentation sur Internet en général qui manque. En effet l'essentiel des écrits que nous avons eu à consulter tourne autour d'une logique de présentation et d'explication du phénomène Internet et des services qui y sont disponibles, depuis son avènement jusqu'aux multiples utilisations pratiques qu'on en fait aujourd'hui. Il faut reconnaître que malgré tout, ces documents nous ont été d'un apport considérable car ils ont approfondi nos connaissances sur Internet. Faute d'étude donc à caractère scientifique sur les cybercafés, l'essentiel des données disponibles provient pour la plus part d'ouvrages sur les NTIC, d'articles de presse nationale et internationale, de

mémoires d'étudiants qui ont travaillé sur le phénomène Internet mais en rapport avec la recherche scientifique, l'utilisation des NTIC dans le secteur de l'informel, la presse écrite, les projets de vulgarisation d'Internet à travers les cybercafés²⁹ etc., qui privilégient l'analyse des mécanismes techniques nécessaires à leur utilisation sans accorder une grande importance aux différents aspects sociologiques.

II.3. Les personnes-ressources :

Ce sont toutes les personnes enquêtées et susceptibles de nous fournir l'information recherchée, qu'il s'agisse des internautes comme des gérants des dits lieux. C'est compte tenu de leurs réponses aux questionnaires et au guide d'entretien, compte tenu également de leur opinion et de leur perception du phénomène que constituent les cybercafés à Grand Dakar, que nous avons pu recueillir les données qui nous ont servi à valider ou à infirmer nos hypothèses de recherche. Les personnes-ressources sont des outils fondamentaux sans lesquels on ne peut aboutir à des résultats concluants et fiables.

II.4. L'échantillonnage :

Etant donné l'impossibilité d'enquêter toutes les personnes qui fréquentent les cybercafés à Grand Dakar, nous avons recouru à la technique de l'échantillonnage. La technique de l'échantillonnage est « l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon. »³⁰. L'échantillon est la partie ou le sous-ensemble d'une population mère qui permet d'observer un nombre restreint de phénomènes ou d'objets tout en donnant, par extrapolation, une portée générale à ces observations. La population mère correspond à l'ensemble des

²⁹ Les mémoires dont les thèmes sont cités sont disponibles pour la plupart à la bibliothèque du département de sociologie et au CESTI.

³⁰ Angers M., *Initiation pratique à la méthodologie des Sciences humaines*, p. 352

individus qui ont des caractéristiques précises en relation avec les objectifs de l'étude. Il existe deux sortes de techniques d'échantillonnage : les techniques probabilistes et les techniques non probabilistes. Puisque notre souci a été de choisir un échantillon qui soit le plus représentatif de la population mère, nous avons choisi les techniques probabilistes car en les utilisant, chaque unité de la population a la même chance qu'une autre d'être choisie au sein de l'échantillon et le chercheur pourra ainsi mesurer la marge d'erreur de son échantillon. Parmi les techniques probabilistes, nous avons pris spécifiquement la technique de l'échantillonnage par grappes car non seulement nous ne disposons pas d'une liste complète et numérotée de tous les individus qui fréquentent les cybercafés, mais encore, elle consiste à choisir au hasard une ou plusieurs grappes et à observer le comportement de toutes les unités des grappes choisies. Vu que nous n'avons enquêté que sur le seul quartier de Grand-Dakar, les grappes seront constituées par les cybercafés et l'enquête va dès lors porter sur les unités de ces grappes. Chaque client représentant une unité, nous avons enquêté sur l'ensemble des unités qui ont été choisies de telle sorte qu'elles soient composées aussi bien de garçons et de filles âgés entre 10 et 40 ans. L'effectif total de chaque grappe (10 enquêtés par cybercafé) multiplié par le total des grappes (5 cybercafés) nous a fourni un échantillon de 50 enquêtés. C'est sur la base de cet échantillon que nous avons mené l'enquête de terrain.

II.5. Les techniques de recueil des données

II.5.1. L'observation :

L'observation peut être définie comme la considération attentive des faits afin de mieux les connaître³¹. Parmi les différentes sortes d'observation,

³¹ Loubet Del Bayle J. L. , *Introduction aux méthodes des sciences sociales*, Privat, Toulouse, 1989

nous avons opté pour celle participante. Elle se spécifie par rapport aux autres par le fait qu'elle est plus directe. Autrement dit, elle se fonde sur l'observation d'un individu ou d'un groupe en pleine action dans son milieu. Dans une observation participante, le regard du chercheur porte sur les phénomènes eux-mêmes et non sur les perceptions de phénomènes par les enquêtés. Cela veut dire qu'il ne cherche pas à être extérieur au phénomène observé. Au contraire, il veut le comprendre de l'intérieur, en vivant pendant un temps plus ou moins long avec les individus dont il veut comprendre le comportement. Ainsi l'observation participante que nous avons eue à faire a consisté à se connecter à Internet au niveau des différents cybercafés pour une durée d'une heure d'horloge au maximum. Durant ces moments de connexion, nous étions beaucoup plus intéressée par l'atmosphère que par Internet. En fait, à travers cette stratégie, nous avons pu observer de près la clientèle, l'ambiance qui y règne, les sites consultés par les autres clients, etc.

II.5.2. Le questionnaire :

Comme son nom l'indique, le questionnaire est constitué par la liste des questions qui sont posées aux sujets désignés par l'échantillonnage. Ainsi, nous avons élaboré deux types de questionnaires : un questionnaire destiné aux internautes et un questionnaire destiné aux gérants de cybercafés. Le premier questionnaire a comme principaux thèmes leur identification, l'assiduité du client à la fréquentation des cybercafés, les moyens financiers du client, l'opinion des clients sur les cybercafés à Grand Dakar et enfin les loisirs à Grand Dakar. Le questionnaire à l'intention des gérants présente les thèmes suivants : l'identification, les caractéristiques de l'employeur, les connaissances en informatique du gérant, ces opinions et perceptions par rapport à l'implantation des cybercafés à Grand-Dakar et enfin le mode de fonctionnement de ces cybercafés. Tous les deux questionnaires ont été

élaborés de telle sorte qu'ils comportent des questions fermées munies de réponses prédéterminées parmi lesquelles l'enquêté fait un choix en cochant des cases et des questions ouvertes qui permettent à l'enquêté d'y répondre librement. Par ailleurs, conformément à la suggestion de J. L. Loubet Del Bayle³², notre questionnaire s'est attelé à être le proche possible aux trois préoccupations que sont : d'abord de poser des questions qui permettent d'obtenir des réponses traduisant la réalité que l'on veut étudier ;

- ensuite avoir un questionnaire fidèle qui, appliqué aux mêmes personnes par des enquêteurs différents, recueille les mêmes réponses ;

- enfin être de façon à faciliter son application, l'interprétation des réponses obtenues, la classification de ces réponses et leur exploitation. L'introduction du questionnaire nous a permis d'avoir des données aussi bien quantitatives que qualitatives.

II.5.3. Le guide d'entretien :

La technique de l'entretien consiste à provoquer une conversation réglée entre un enquêté et un enquêteur muni de consignes et le plus souvent d'un guide d'entretien³³. Ce guide se présente sous la forme d'une liste de questions ou de thèmes qui doivent obligatoirement être abordés au cours de l'opération. On distingue trois types d'entretien :

- l'entretien libre ou non-directif

- l'entretien directif

- l'entretien semi-directif

Nous avons choisi en dernier recours l'entretien semi-directif étant donné qu'il s'avère beaucoup plus adapté aux recherches sociologiques et

³² Loulet Del Bayle J.L., *Introduction aux méthodes des sciences sociales* ; p.57

³³ Durand J. P. ,Weil R. , *sociologie contemporaine*, p.308

donc à la production de données appréciables. Les principaux thèmes du guide d'entretien sont : les

Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication au Sénégal, Internet au Sénégal, les loisirs à Grand-Dakar, les cybercafés à Grand-Dakar, les obstacles à la fréquentation des cybercafés à Grand-Dakar

II.6. Les techniques d'exploitation des données:

II.6.1. L'analyse de contenu

Nous avons utilisé l'analyse de contenu pour décrypter les informations contenues dans les réponses des enquêtés.

Nous avons pratiqué l'analyse de contenu pour les raisons suivantes :

- d'une part, elle est un mode d'investigation qui accorde une certaine marge de manœuvre interprétative au chercheur qui dispose de son matériel sans subir d'entrave de la part des enquêtés.
- d'autre part, elle est très pratique quand on ne veut pas porter de jugement de valeur sur un message, mais plutôt connaître ce que le message a voulu dire avec précision et objectivité.

Etant donné que les données prélevées par une analyse de contenu peuvent être qualitatives ou quantitatives, nous l'avons utilisée aussi bien pour le questionnaire que pour l'entretien. Toutefois, notre analyse de contenu a surtout insisté sur les questions d'opinions qui font généralement appel à des réponses non immédiatement quantifiables. Par ailleurs, elle a servi à découvrir des informations qui n'étaient pas données d'avance, donc latentes.

En référence à l'intitulé de notre sujet et aux hypothèses de recherche, l'analyse de contenu était incontournable dans la mesure où nous avions besoin de connaître ce que représente le cybercafé pour chaque enquêté.

II.6.2. L'analyse des données :

Il existe deux types d'analyse de données :

- l'analyse quantitative des données
- l'analyse qualitative des données

Toutefois, l'analyse quantitative des données, de plus en plus utilisée, a exigé le recours à des moyens informatiques. Ainsi, elle nous a permis d'élaborer des tableaux de corrélation entre différentes variables, d'obtenir des tableaux de tri à plat et des tableaux de tri croisé. La compilation des données qualitatives et quantitatives tirées respectivement de l'analyse de contenu et de l'analyse quantitative des données est meilleure gage de fiabilité quant au traitement des données issues des enquêtes empiriques.

II.7. L'enquête proprement dite :

L'enquête proprement dite a lieu après que le chercheur ait défini son thème de recherche, qu'il ait porté son choix sur un terrain (support de l'étude), qu'il ait établi clairement les objectifs poursuivis et la méthodologie à mettre en œuvre. Elle a consisté à différentes étapes plus ou moins longues selon les difficultés que nous avons rencontrées au niveau de chacune d'elles. Elle s'est étalée du mois d'avril au mois de septembre, durant lesquels, nous avons fait la recherche documentaire, introduit le questionnaire auprès des clients et gérants et enfin fait l'entretien avec les gérants de cybercafés.

II.7.1. La documentation :

La documentation s'est déroulée du mois d'avril au mois de juillet. Elle a consisté en une recherche au niveau des bibliothèques, des centres de recherches, des recherches sur le net, etc. a cet effet, nous avons consulté les documents disponibles à la bibliothèque universitaire (BU), à celle du CESTI, au CODESRIA, à l'IRD, à la Bibliothèque du Département de Sociologie,

ainsi que le Net. La plupart des documents consultés étaient relative pour l'essentiel à Internet en général, sans pour autant aborder la question des

cybercafés. Toutefois, cette étape de l'enquête de terrain nous a permis de répertorier les travaux relatifs aux NTIC, de voir les différentes problématiques qui ont été posées par rapport à elles ; ce qui nous a permis de nous démarquer par rapport à ces problématiques là et d'aborder un autre aspect de la question.

II.7.2. L'administration du questionnaire

Nous avons introduit le questionnaire des clients en même temps que celui des gérants. Ainsi, il s'est agi de déposer onze (11) questionnaires par cybercafé, en raison de dix (10) pour les clients et un (1) questionnaire pour le tenancier du cybercafé. Vu l'intitulé du sujet de recherche qui figure en haut du questionnaire, il n'y a pas eu de réticence ni de difficultés majeures de la part des enquêtés. Il faut dire qu'ils ont été à la limite fort enthousiaste et ont témoigné une volonté manifeste à répondre aux questions. Dès lors, nous avons fait le tour des cybercafés de Grand-Dakar où, à chaque fois, nous avons procédé de la même manière. Cela n'a pas pris beaucoup de temps étant donné que, d'une part nous n'avions que cinq (5) cybercafés à faire et d'autre part, nous avons ciblé les heures d'affluence. En somme, cette étape nous a pris dix (10) jours pendant lesquels, nous avons pu introduire et récupérer tous les questionnaires.

II.7.3. L'entretien proprement dit :

Nous nous sommes entretenue avec les gérants. Étant donné que l'entretien se faisait sur rendez-vous, les entretiens étaient un peu espacés les uns par rapport aux autres. Il fallait se plier à la volonté des enquêtés et se présenter au moment où ils se sentaient disposés à nous recevoir. Les entretiens se sont déroulés au niveau des cybercafés même et aux heures de

pause de préférence. Étant donné que nous ne disposions pas d'enregistreur, nous avons pris soin d'être le plus attentif possible et de noter tous les détails

des réponses. Certains prenaient la précaution d'approfondir leurs réponses tandis que d'autres étaient moins loquaces. Toutefois, dans l'ensemble, ils ont produit des discours qui ont été d'un grand secours par rapport à l'exploitation des données de l'enquête.

II.8. Difficultés rencontrées :

A toute action, notamment dans le domaine de la recherche, se dressent des obstacles qui retardent plus ou moins le chercheur. Nous avons eu des difficultés majeures pour réaliser ce présent document mais les plus sérieuses ont été d'ordre documentaire. Il faut dire que nous n'avons pas trouvé un document, ouvrage ou article qui traite spécifiquement du thème des cybercafés, encore moins de la dimension abordée ici. Ce qui fait que pour la plupart du temps, nous étions obligés de consulter des documents sur Internet en général, vu l'abondante littérature à ce sujet.

C'est ainsi que l'on remarquera que notre bibliographie reste limitée par cette carence documentaire sur notre thème de recherche. C'est pourquoi nous avons été forcé de faire d'une part une recherche documentaire sur Internet et de nous fier, d'autre part, aux informations recueillies auprès des enquêtés afin de confirmer ou d'infirmer les hypothèses préalablement établies. Nous avons également eu des difficultés à nous entretenir avec les gérants qui, le plus souvent, étaient préoccupés par un nouveau client, ou à faire le tour des machines. A plusieurs reprises, l'entretien a été interrompu à cause d'un client égaré qui avait besoin d'être guidé. Cela a provoqué des ruptures du rythme. Pour pallier à tous ces obstacles, nous avons finalement décidé que l'entretien se ferait sur rendez-vous fixé par le gérant, aux jours et heures laissés à sa convenance.

**DEUXIEME PARTIE :
GRAND-DAKAR , INTERNET
ET CYBERCAFE AU SENEGAL**

CHAPITRE III : PRESENTATION GENERALE DU CADRE D'ETUDE

III.1. Situation géographique de la Commune d'Arrondissement de Grand-Dakar

Le quartier de Grand-Dakar fait partie des plus anciens de la région de Dakar. La région de Dakar est une presqu'île d'une superficie de 550 km² située à l'extrême Ouest du Sénégal. En terme de superficie, elle représente la plus petite région du pays avec seulement 0,28 % du total national. Elle est subdivisée en trois (3) départements, quatre (4) villes, deux (2) communes, quarante-trois (43) communes d'arrondissement et deux (2) communautés rurales. Rufisque constitue le département le plus vaste avec 63,3% du total régional, suivi par Pikine et Dakar avec respectivement 21,8 % et 19,4 %.

Son climat de type soudano-sahélien est souvent influencé par l'Alizé maritime pendant la période allant de Novembre à Mai et affiche des températures moyennes de l'ordre de 25°C. La pluviométrie enregistrée de 1982 à 1994 peut être caractérisée de médiocre avec seulement 336 mm.

- La partie Sud de Dakar, presque entièrement volcanique avec de petits affleurements dans le site des îles de la Madeleine et de Gorée englobe les communes d'arrondissement de Ngor, Ouakam, Fann et Mermoz.
- Une zone de plaine de sable entrecoupée de bas fonds existe au Nord et forme les sites des communes de la Médina, Gueule Tapée, Fass, Hann Bel Air.
- Une zone de dunes succède au cordon littoral et abrite les communes d'arrondissement de Yoff, des Parcelles Assainies et de Cambérène.

Le relief du site urbain est généralement plat, mais présente des dénivelés faisant apparaître :

- Une zone basse qui culmine à seulement 20 m et qui couvre toute la partie Sud à l'exception de la partie de l'Ance Bernard, le Nord-Est jusqu'à Cambérène et la pointe des Almadies.
- Une zone légèrement plus élevée de 20 à 40 m et qui s'étend de la commune de Liberté à celle de Yoff.
- Une zone élevée qui gravite autour des Mamelles à l'extrême Ouest et qui constitue la tête de la presqu'île avec plus de 120 m de hauteur. Le site est bordé par l'Océan Atlantique, à l'exception de sa partie Est. La grande côte est exposée en permanence à la houle assez forte, d'origine lointaine et la petite côte demeure plus abritée. Sur les dix-neuf (19) communes d'arrondissement de la ville de Dakar, neuf (9) en possède une frange maritime. il s'agit de Hann / Belair, Fann / Point E, Mermoz / Sacré Coeur, Ouakam, Yoff, Parcelles Assainies, Cambérène et Ngor. Le périmètre communal de la ville de Dakar est vaste de 8 232 ha, soit 14,9 % de la superficie régionale.

La Commune d'Arrondissement de Grand-Dakar présente les mêmes caractéristiques physiques que celles de la ville de Dakar. Elle ne dispose pas cependant d'une frange maritime donnant un accès direct à l'océan.

Sa localisation dans la ville de Dakar est précisée par le décret n° 96 745 du 30 août 1996 qui fixe ses limites entre les communes d'arrondissement de Sicap Liberté au Nord, de Fass / Colobane / Gueule Tapée au Sud, des HLM et de Biscuiterie à l'Est, de Fann / Point E / Amitié à l'Ouest. Elle est limitée par l'Avenue Bourguiba, l'Avenue Cheikh Ahmadou Bamba, les Allées Cheikh Sidaty Aïdara et le Boulevard Dial Diop.

III.2. Peuplement et évolution spatiale de la CA Grand-Dakar

La dynamique du peuplement de la CA Grand Dakar est partie du recasement après un recensement des habitants de Potou (Hann Bel Air), un quartier flottant, à l'époque habité par des employés de la Brasserie, des

dockers du Port Autonome de Dakar (PAD), des employés des entreprises Lesieur, Grands Moulins, Manutention Africaine, Intendance de l'Armée française et Hôpital de Bel Air.

L'affectation du terrain, la parcellisation, le piquetage et la distribution selon la taille de la famille, de 7 à 8 membres pour une demi parcelle et de 12 à 13 membres pour une parcelle entière, eurent lieu dans le courant du mois de Décembre 1949 sous la supervision d'un fonctionnaire colonial nommé Labarthe assisté d'un sénégalais du nom de Cheikh Sèye.

Janvier 1950 marqua le début des habitations sur le site baptisé Grand Dakar La gazelle qui eut Mor Sall comme premier chef de quartier. Aux autochtones, sont venus s'ajouter, toujours après un recensement, les déguerpis de la rue 37 (Médina) de Tilène, de Keur Baye Gaïndé (actuel site du lycée John F. Kennedy et du Monument de l'indépendance). Vers 1956, l'évolution spatiale continua sur autorisation accordée par Mamadou Assane Ndoye (un dignitaire Lébou) sur sa propriété privée (emplacement actuel du quartier Taïba Grand Dakar) à des indigents de la Médina sans gîte. Le dernier quartier à s'être implanté sur le territoire actuel de la CA Grand Dakar est celui de Cerf Volant, essentiellement occupé par des artisans et des domestiques.

L'estimation de la population de la CA Grand Dakar est de 40 246 Habitants en 1998³⁴, pour une population totale de la ville de Dakar de 851 998 habitants. Cette estimation a été faite sur la base des résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) de 1998, publiés dans le répertoire des localités. Elle s'appuie sur l'hypothèse d'un taux moyen de croissance de 2,4 % correspondant au taux retenu par le DPS³⁵ pour les communes d'arrondissement. Les Autorités Municipales estiment pour leur

³⁴ Source : Rapport Audit urbain / ADM.

³⁵ Direction de la Prévention et des Statistiques.

part que la population réelle vivant de la CA Grand Dakar avoisinerait les 100 000 habitants, compte tenu d'un taux de croissance démographique supérieur à la moyenne et du fait du schéma urbanistique de la commune où presque toutes les habitations sont construites en hauteur. Selon les résultats de l'Audit urbain de Dakar, publiés en 1999, la densité humaine à l'hectare est de 622 habitants et fait de la CA Grand Dakar la commune ayant la plus forte densité de la ville de Dakar. La population est constituée en majorité de jeunes (55 % de personnes âgées de moins de 20 ans), avec une légère prépondérance des femmes par rapport aux hommes (100 femmes sur 99 hommes).

Les principales ethnies du pays sont présentes dans la CA Grand Dakar, à savoir les Wolofs, les Puulars, les Sérères, les Diolas et les Mandingues. Du fait des faibles réserves foncières à urbaniser dans la CA Grand Dakar, de l'existence de quartiers flottant et de la forte poussée démographique, la satisfaction des besoins en services urbains de base pose de sérieux problèmes à l'équipe municipale.

III.3. Situation socio-économique de la CA Grand-Dakar :

La situation socio-économique de la CA Grand Dakar du fait de sa forte interdépendance avec l'économie urbaine dakaroise et nationale et de la rareté d'informations statistiques récentes et d'indicateurs locaux, est difficile à quantifier. Elle peut cependant être caractérisée par l'existence de pôles artisanaux et commerciaux de type moderne, ainsi que par le dynamisme du secteur dit informel qui polarise de nombreuses activités de survie quotidienne, surtout menées par les femmes et les jeunes.

III.3.1. L'Artisanat et l'Industrie :

A la différence du secteur industriel, l'artisanat est très développé dans la CA Grand Dakar. En effet, il existe deux pôles de regroupements d'artisans

très dynamiques dans la bijouterie, la sculpture, la fonderie, les métiers à tisser et le travail du bois, notamment dans la zone Cerf Volant qui compte 338 artisans et vers le cinéma Liberté où exercent 74 artisans. On note également de nombreux ateliers de menuiserie, de tôlerie et soudure, menuiserie métallique, d'ébénistes, de tapisserie, de peinture et de mécanique automobile. 71 autres artisans sont éparpillés sur les autres zones de la commune, d'où un nombre total de 483 artisans exerçant dans la commune. Par contre, il n'y a pas d'établissements industriels d'envergure sur toute l'étendue de la CA Grand Dakar.

III.3.2. Le commerce et les services :

Le commerce et les services sont de loin les secteurs les plus dynamiques de l'économie au niveau de la CA Grand Dakar grâce à son important marché qui dépasse les limites de la commune et ses nombreuses boutiques et télé-centres.

En effet, la CA Grand-Dakar abrite un marché de quartier de taille acceptable, dénommé Marché Grand Dakar et dont le rayonnement touche les communes d'arrondissement avoisinantes. Toutes les gammes de produits y sont commercialisées avec une prédominance de produits alimentaires de première nécessité, du poisson et de la viande. Un projet d'agrandissement et de modernisation du marché est actuellement à l'étude par le conseil municipal. Les commerçants se regroupent au sein d'organisation corporative telles que l'UNACOIS et s'appuient sur des systèmes de financement qui leur sont propres et basés sur l'entraide ou la solidarité parentale, alors que les femmes se regroupent par affinité et s'autofinancent pour de petites opérations quotidiennes d'achat et revente. Sur l'ensemble de la CA Grand Dakar, on dénombre plusieurs activités commerciales et de prestation de services qui se présentent comme suit :

- Trois (3) stations d'essence ;
- Quatre (4) boulangeries ;
- Deux cent trente et une (231) boutiques de détail ;
- Trois (3) pharmacies ;
- Soixante-six (66) télé-centres ;
- Quarante-cinq (45) restaurants, dibiteries et gargotes ;
- Vingt-quatre (24) quincailleries ;
- Vingt et un salons de coiffure ;
- Cinq (5) cybercafés.

III.3.3. L'emploi local :

A l'instar de l'activité commerciale, la caractérisation de l'emploi au niveau local est difficile à faire du fait de l'absence de données quantitatives récentes et fiables. A l'échelle de la ville de Dakar, une étude relative à la restructuration des rapports en commun de la région de Dakar, estime le volume de l'emploi global de la ville Dakar à 240 900³⁶ en 1999, soit 60,7 % du total régional. La répartition du nombre total d'emplois entre les communes d'arrondissement de la ville de Dakar donne un chiffre global de 3 400 emplois pour la CA de Grand Dakar, soit 1,4 % du volume de l'emploi urbain. Sur l'ensemble de la CA Grand Dakar, s'exercent des activités commerciales de type informel et des activités de production de services allant des télé-centres et cybercafés à la coiffure, la restauration, la réparation etc.

³⁶ Source : Etude BCEOM – SOFRETU, Octobre 1992

III.4. La situation socio-éducative et culturelle de la Commune d'Arrondissement de Grand Dakar :

III.4.1. L'éducation de base formelle :

- L'enseignement préscolaire :

Il n'existe pas de structure publique d'enseignement préscolaire dans la CA Grand-Dakar.

- L'enseignement élémentaire :

La CA Grand Dakar est dotée de cinq (5) écoles primaires publiques qui comptent au total 63 classes. Il s'agit des écoles :

- Imam Abdou Ndiaye I et II
- Cerf Volant
- El Hadj Maguette Codou Sarr Ndiaye
- Issa Kane
- Route des Puits.

La population scolaire de ces écoles est de 4 429 élèves dont 2 394 garçons (soit 54,05 %) et 2 035 filles (soit 45,95 %).

Le corps enseignant est fort de 102 membres, y compris les directeurs d'écoles, ainsi réparti : 59 hommes soit 57,84 % et 43 femmes soit 42,16 %.

- L'enseignement moyen :

Dans son ensemble, la CA Grand Dakar ne dispose que d'un seul établissement secondaire public.

- L'enseignement privé catholique :

Il est présent au niveau de la CA Grand-Dakar avec des établissements préscolaires, élémentaires et secondaires de Sainte Thérèse et Saint Pierre.

III.4.2. L'éducation de base non formelle

- L'enseignement coranique :

On compte un très grand nombre de daaras et d'écoles coraniques, accueillant une forte population d'enfants mais leur nombre est difficilement quantifiable à cause de leur éparpillement au sein des concessions et sur la voie publique.

- La formation professionnelle :

La CA Grand Dakar accueille quelques institutions de formation professionnelle, à savoir : COSEFOR, l'Institut de Formation en Soins Sanitaires, l'Ecole Multinationale de Télécommunications, l'ENAM etc.

III.4.3. La santé :

La CA Grand Dakar présente la particularité de n'abriter aucune structure sanitaire, malgré sa forte population qui est obligée de se rabattre sur le centre de santé Gaspar Camara et le dispensaire Georges Lahoud situés dans la CA Point E / Fann / Amitié.

Cependant, la construction d'un centre de santé est en cours et l'objectif du Maire est d'en faire un centre de référence équipé d'un plateau technique d'excellence.

En attendant la mise en service du centre de santé, cinq volontaires du service civique national ont été engagés par la CA Grand Dakar comme agents temporaires, servant de relais d'information et de sensibilisation sur les maladies sexuellement transmissibles, la drogue ou pour mener des campagnes de prévention contre la fièvre jaune et le paludisme.

III.4.4. La vie culturelle et sportive :

La CA Grand Dakar souffre d'un manque criard en infrastructures de base pour la culture et le sport, malgré le dynamisme et le talent des jeunes des

ASC souvent porteurs de projets, mais ne bénéficiant pas de l'appui institutionnel et financier requis pour leur réalisation.

Sur le plan sportif et notamment le football, les jeunes de la CA Grand Dakar ne disposent que d'un terrain clôturé ; ce qui a poussé les autorités municipales à nettoyer et à niveler des terrains vagues pour les mettre à la disposition des ASC de la commune. Ce dynamisme sportif et culturel est à l'actif des ASC (Association Culturelle et sportive) de la CA Grand Dakar dont le nombre porte sur plusieurs dizaines en plus des organisations diffuses de type communautaire et n'ayant pas encore de reconnaissance juridique formelle (voir annexe).

Le secteur du développement communautaire est aussi très dynamique dans la CA Grand Dakar qui en compte plusieurs. Les OCB (Organisation Communautaire de Base) développent des activités liées à :

- l'assainissement urbain
- la santé
- la promotion de la femme et de l'enfant
- le reboisement et la protection de l'environnement
- la lutte contre la délinquance juvénile
- la promotion artistique et culturelle
- la défense et la promotion d'intérêt communautaire.

Les principales organisations de développement communautaire de la CA Grand-Dakar sont présentées dans un tableau qui se trouve en annexe du document.

CHAPITRE IV : HISTORIQUE DU RESEAU INTERNET AU

SENEGAL

Parallèlement à la mise en place d'un réseau de télécommunication, puis d'une infrastructure de radio-télédiffusion, le processus d'introduction des technologies de l'information et de la communication dans la société sénégalaise a pris une autre dimension au début des années 60 avec la réalisation des premières applications informatiques au Ministère de l'économie et des finances. Une dizaine d'années plus tard, en 1972, compte tenu de l'importance prise par l'informatique, l'Etat crée le comité national de l'informatique (CNI), organe dépendant de la Présidence de la République, auquel est dévolu la conception et la coordination de la politique nationale en matière d'informatique. Jusqu'à 1993, il y avait moins de 100 ordinateurs au Sénégal mais de 1984 à 1988, le parc s'est rapidement accru, notamment en 1989 où il a été vendu 900 ordinateurs. Selon une étude faite en 1996, le parc informatique s'est estimé à 1000 minis et gros systèmes et à 50 000 micro-ordinateurs avec une progression d'environ 2500 unités /an et, d'après la Banque Mondiale le nombre d'ordinateurs pour 1000 habitants était de 11,4 en 1997. Cependant, depuis 1996, le taux d'accroissement annuel du marché se situe entre.

En fait, comme un peu partout dans le monde, c'est Internet qui va mettre les technologies de l'information et de la communication sur le devant la scène. Apparue au Sénégal à la fin des années 80 avec d'abord l'implantation d'un nœud du réseau RIO de l'ORSTOM utilisant le protocole UUCP, l'installation d'un nœud fidonet / Greenet au siège de l'ONG ENDA-tiers Monde, Internet est alors l'affaire de quelques dizaines de personnes.

A cette époque, les services fournis sont essentiellement la messagerie électronique et le transfert de fichiers, les uns passant par les lignes senpac et les autres par le réseau téléphonique commuté (RTC).

Il n'existe pas de schéma de nommage national et en fonction des fournisseurs de services, on trouve la plupart du temps des adresses électroniques se terminant par ".ca", ".fr" ou ".org". Cependant, dès 1992, en collaboration avec l'ORSTOM, le département génie informatique de l'ENSUT se déclare comme gestionnaire du domaine ".sn" auprès des autorités de gestion de l'Internet et c'est alors qu'apparaissent les premières adresses comportant la mention ".sn". A la fin 1993, dans le cadre du projet RINAF (Réseau d'échanges d'information entre institution en Afrique) lancé à Dakar en février 1992 par l'UNESCO, c'est un point focal régional pour l'Afrique de l'Ouest donnant également accès à la messagerie électronique, qui est installé au centre national de documentation scientifique et technique (CNDST), pour s'étendre plus tard au Laboratoire d'informatique de l'Ecole Normale Supérieure, à la Direction de la prévention et de la statistique, à la Délégation aux affaires scientifiques et techniques, à la Bibliothèques universitaire de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar et à la Bibliothèque universitaire de l'Université Gaston Berger de Saint-Louis.

A partir d'octobre 1994, les utilisateurs du centre SYFED de Dakar et des points SYFED de l'AUPELF - UREF ont à leur tour accès à la messagerie électronique mais via le Minitel. Cependant, il n'existe toujours pas de fournisseurs d'accès agréés et autorisés à commercialiser des accès à Internet. Seuls quelques ONG services administratifs et organismes d'enseignement supérieur et de recherche ont accès à Internet. En l'absence de liaison de type Internet Protocol (IP) entre le Sénégal et le réseau Internet, la technique

utilisée est celle de l'encapsulation des paquets IP dans les trames X25 ; ce qui permet notamment à l'AUFELF-UREF de mettre en ligne un des premiers serveurs en Novembre 1995.

En Mars 1996, suite à un accord signé entre la SONATEL et la société américaine MCI, le Sénégal est officiellement connecté à Internet et dès le mois d'Avril, Télécom-Plus commence à commercialiser des accès Internet. En mai 1997, le Sénégal triple sa bande passante avec la mise en place de nouvelles lignes à 64 Kbps vers le Canada dans le cadre d'un partenariat entre la SONATEL et Téléglobe.

Aujourd'hui, la liaison vers le Canada, qui avait déjà été portée à 1mbps en novembre 1997, a été portée à 2 mbps en septembre 1999, offrant ainsi de meilleures conditions de connexion aux internautes. Présentement, la SONATEL, un certain nombre de sociétés privées, d'ONG et d'organismes publics ont le monopole de la commercialisation des accès Internet.

CHAPITRE V: PRESENTATION DES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES D'INTERNET

V.1. Les principes d'Internet :

L'Internet repose sur deux principes de base :

- le codage de message en petits paquets
- un adressage hiérarchisé.

Chaque fichier est découpé en petits paquets. A chacun d'eux, est affecté l'adresse du destinataire et le numéro d'ordre du paquet dans le message initial. Les paquets sont lancés sur le réseau et voyagent de manière indépendante d'ordinateur en ordinateur jusqu'à leur destination, où les paquets sont réunis en ordre et message reconstitué. A chaque noeud du réseau, un paquet va être orienté selon sa destination et l'encombrement des

liaisons. Il n'empruntera pas forcément le même chemin que le paquet voisin. Le mode circulation des données par le biais des protocoles permet également de qualifier Internet de réseau à communication de paquets.

Internet se caractérise ainsi par :

- la possibilité de connecter n'importe quel équipement
- la préservation d'un réseau aussi simple et robuste que possible
- la possibilité d'utiliser n'importe quel type de support.

L'architecture de Internet ouvre la voie à une nouvelle forme de circulation de l'information. L'interconnexion d'un nombre de plus en plus grand de machines localisées à divers points du globe permet d'en faire aujourd'hui, selon Françoise Renzetti « la grande encyclopédie de notre siècle sur laquelle, grâce aux nouveaux outils, chacun est demandeurs d'information, chacun est serveur d'information. ».

V.2. Le fonctionnement d'Internet :

Pour que les informations soient échangées entre deux ordinateurs, elles sont découpées en « paquets » additionnés de renseignements service comme l'identité du destinataire. Des routeurs récupèrent ces paquets et les acheminent à bon endroit. Pour que les informations circulent correctement entre les différents ordinateurs, il est indispensable de disposer d'un protocole de circulation qui soit commun à tous les ordinateurs connectés. pour Internet, c'est le protocole CTP/IP qui régule la circulation et permet le dialogue entre chaque ordinateur du réseau.

V.2.1. Les outils de connexion :

La connexion à Internet nécessite quelques outils sans lesquels il devient impossible de rejoindre le cyberspace. Il faut au minimum :

- 1) une ligne téléphonique
- 2) un ordinateur

- 3) un modem (modulateur – démodulateur)
- 4) un abonnement à un fournisseur d'accès qui vous permettra de vous raccorder à Internet. Le raccordement se fait par l'intermédiaire d'un modem branché sur la ligne téléphonique.
- 5) un logiciel de connexion (Netscape Navigator, Internet Explorer etc.)

V.2.2. Les types de connexion :

On peut se connecter à Internet de plusieurs façon :

- le RTC (Réseau Téléphonique Commuté) est le réseau téléphonique avec modem de type V90 à 56 Kbps (Kilo Bits par seconde), on peut surfer convenablement et à moindre coût.
- le Numérique. Faire installer une ligne numérique est une opération plus onéreuse. C'est une ligne qui s'ajoute à la ligne téléphonique et il faut s'équiper un modem spécial de type RNIS / ISDN. La connexion est alors plus rapide (64 128 Kbps).
- la LS (ligne spécialisée) donne un accès permanent à Internet. La connexion se fait 24h/24 et elle est surtout utilisée par les fournisseurs d'accès qui ont besoin de servir leurs clients à tout moment

V.3. La diffusion de l'information sur Internet :

V.3.1. Archie : (1990), conçu par Peter Deutch de l'université de MC Gill de Montréal, est un catalogue de toutes les ressources du Net. Il permet de localiser un fichier mais il faut sortir d'Archie pour y accéder.

V.3.2. Gopher : permet de circuler de site en site. Sans sortir du logiciel on peut copier, consulter un document dans un autre site. Cependant, même si l'on peut surfer de site en site et utiliser les outils de recherche d'informations,

nous sommes encore dans le monde de l'écrit et des menus organisés de manière linéaire.

V.3.3. Le World Wide Web : inventé par Robert Callian et Tim Berners Lee dans les années 90 au CERN. Encore appelé le « Web », il a été développé au Centre Européen de Recherche Nucléaire (CERN) en 1992 dans le but de

permettre d'accéder à des ressources informatiques disparates grâce à une conversion de ces données en un langage commun. A l'origine, le but était de construire un outil de publication pour les physiciens qui conjuguaient les différentes ressources du texte et de l'image en créant un lien entre un texte et des compléments ou des illustrations de ce texte. La procédure permettant de créer des liens (les structures hypertextuelles) était inspirée des ordinateurs Next de Steve Job le créateur d'Apple. A partir de ce fil conducteur fut défini un langage de description de documents, le HTML qui permet un balisage de ces documents et leur structuration hypertextuelle. Il s'agissait donc de trouver une interface facilitant le travail au sein de ce centre où, le chercheur devait avoir auparavant trois terminaux informatiques sur son bureau pour pouvoir accéder aux différentes ressources informatiques du CERN. Cependant, son développement et son utilisation actuelle sont largement sortis de ce premier rôle.

Le Web qu'on peut qualifier de système hypermédia fonctionne selon une architecture client-serveur qui dialoguent en utilisant un protocole de communication spécifique nommé http. Il permet de mettre à disposition des informations sous forme de documents hypertextes. Ces informations ont la particularité de pouvoir comporter un texte, du son, des images, de la vidéo ainsi que d'autres types de fichiers informatiques. A l'aide de liens hypertextes, le lecteur peut être transporté soit plus loin sur le même document, soit dans un autre document. Ce sont ces liens croisés entre des

milliers de serveurs Web qui ont tissé la véritable toile d'araignée (Web) planétaire (World Wide). L'utilisateur peut alors surfer dans le cyberspace constitué par cet immense maillage.

- Les sites et pages Web :

Le Web est constitué de sites. Les sites sont composés d'une ou de plusieurs pages qui ont un rapport entre elles. Une page est un ensemble de texte, d'images, d'animation, de sons qui s'affichent dans le navigateur lorsqu'on navigue sur le web.

- L'adresse web :

Appelée aussi URL, elle correspond à l'adresse d'un site ou d'une page web. L'adresse d'un site se décompose ainsi :

- http correspond au protocole de transmission des données
- www correspond aux initiales du Web
- ucad correspond au nom de la société, de la personne propriétaire du site
- sn correspond à l'extension du pays Sénégal qui permet de localiser le site.

Pour naviguer dans les sites Web, il est indispensable de disposer d'un logiciel de navigation (browser) qui permet d'afficher à l'écran des données du site. Les premiers fureteurs étaient rudimentaires et ne permettaient d'afficher que du texte.

Le premier fureteur multimédia est Mosaic, crée en 1993 est qui permet d'afficher non seulement du texte mais aussi des images et du son et donc d'utiliser toutes les possibilités du web.

Créé par des informaticiens du NCSA, il fut diffusé gratuitement sur le site réseau donnant un extraordinaire coup de fouet au web. Avec le Web et Mosaic, Internet devenait non seulement un réseau des réseaux, mais aussi une sorte de super média.

V.3.4. Le FTP :

FTP ou File Transfert Protocol permet d'établir une connexion temporaire entre deux machines pour transférer des fichiers eux. Ce processus s'établit de manière privée et nécessite de disposer de compte auprès de la machine avec laquelle le transfert s'effectue. Néanmoins ce service peut également être utilisé dans un cadre non privé : il s'agit du FTP baptisé anonyme. De nombreux sites offrent aussi l'accès à des documents que leurs auteurs auront bien voulu mettre à la disposition de tous. C'est particulièrement le cas pour les logiciels du domaine public.

Le dispositif FTP est au coeur de la logique d'Internet dont l'objectif est de mettre le maximum de ressources à la disposition de tous. Mais en respectant certaines règles, il est possible de télécharger des fichiers mais en aucun cas, on ne peut avoir accès à, tous les ordinateurs connectés à Internet, et non plus modifier les fichiers existant ou charger ces propres fichiers sur le serveur connecté.

V.3.5. Telnet :

Telnet permet la connexion à distance sur un ordinateur relié au réseau. Certains catalogues de bibliothèques et bases documentaires sont accessibles via ce service, même si ce type de connexion disparaît peu à peu au profit d'un accès par l'intermédiaire d'un serveur.

V.4. La communication sur Internet :

V.4.1. La messagerie électronique ou e-mail :

Abréviation de l'Anglais «electronic mail », il s'agit d'un système d'envoi et de réception de messages à des correspondants connectés à travers le monde. Il est basé sur un mode de communication créé en 1972. L'e-mail, qui peut comporter un ou plusieurs fichiers joints, permet de contacter un

nombre impressionnant de personnes grâce un seul message. Le courrier électronique est actuellement le service le plus accessible et le plus populaire du net. Une étude d'Internet national Data Corp publiée en l'an 2000 estime la circulation annuelle d'e-mail à plus de 10 milliards de messages.

Pour faire parvenir un courrier à un correspondant, on se doit de connaître son adresse électronique. L'adresse électronique possède une structure très précise :

- la première partie qui identifie le correspondant et qui est souvent constitué de son nom ou surnom (nom d'emprunt)
- le symbole @ qui sépare la première partie de la deuxième.
- la deuxième partie qui identifie le provider
- et enfin la dernière partie identifie le domaine.

La messagerie électronique utilise deux protocoles :

- le SMTP pour l'envoi de courrier
- le POP pour la réception du courrier.

Une fois que le courrier électronique est rédigé, il est envoyé avec en indication l'adresse électronique du destinataire. Le message part vers le fournisseur d'accès qui le réceptionne sur un serveur du courrier puis le transfère sur le serveur du courrier du fournisseur d'accès du correspondant.

Le message est alors placé en attente de lecture dans une boîte postale temporaire appelée POP. Dès que le destinataire se connecte à Internet, le message stocké est envoyé sur son ordinateur.

V.4.2. Les listes de diffusion :

Le service des listes de diffusion s'appuie sur la messagerie électronique. Il permet à des abonnés de communiquer, d'échanger des idées, de demander des renseignements etc., la plus part du temps autour de thèmes ou sujets préalablement définis. Chaque correspondant enregistré par une ou

plusieurs listes de diffusion auprès desquelles il se fait enregistrer. Les listes de diffusion permettent donc de recevoir régulièrement, dans votre boîte aux lettres électroniques, des informations sur des sujets qui vous intéressent. Chaque participant écrit à l'adresse spécifique de la liste et un automate se charge de distribuer ces messages à tous les participants. Certaines listes de diffusion n'émettent que des informations (bulletin électronique, magazine, revue de presse...) et ne permettent pas aux abonnés de s'exprimer.

V.4.3. Les forums de discussion :

Appelés aussi « newsgroups » ou « usenet » ou encore conférences électroniques, les forums de discussion permettent à des participants d'échanger des informations de tout ordre sur des sujets divers. Contrairement au principe de la messagerie électronique, les informations des forums de discussion ne parviennent pas dans les boîtes aux lettres électroniques mais sont stockées sur des serveurs accessibles via Internet. Il revient alors à l'utilisateur intéressé de se connecter au serveur de son choix afin d'y consulter les interventions et de participer à ces conférences électroniques en y publiant un message.

Certains groupes sont modérés, c'est-à-dire que tout message envoyé arrive préalablement à un modérateur qui devra l'approuver avant de le diffuser éventuellement sur le forum.

Des milliers de newsgroups sont disponibles. Ils sont répartis par grands thèmes, bien que l'on trouve des croisements dans chacune des catégories.

Les plus importants sont :

- alt, orientés vers des débats alternatifs et libertaires
- comp, discussion sur l'informatique, l'usage de l'ordinateur
- misc, catégorie « miscellaneous » ; on y trouve les formes inclassables
- sci, regroupe les discussions relatives à la recherche et aux sciences exactes

- soc, regroupe les discussions relatives aux problèmes de société, de culture etc.
- talk, forums polémiques donc les plus animés
- news, discussion sur usenet lui-même. On trouvera dans ces forums des informations précises pour bien comprendre le système.
- rec, forums traitant des hobbies et passe-temps favoris sur un mode humoristique et décontracté.
- biz, forums traitant de sujets commerciaux (business)

Globalement, Internet est un réseau interactif qui permet de recevoir et d'envoyer une information. Ses capacités sont à l'origine de nombreuses applications :

- Communication : Le courrier électronique permet d'économiser frais de téléphone et fax, surtout les appels internationaux et ne pas se soucier des différences d'horaires et de l'emploi du temps chargé, autant d'obstacles qui entravent parfois la communication.

Les groupes de discussion par courrier électronique permettent d'échanger des informations avec des dizaines voire des milliers de personnes dont les besoins sont les mêmes.

- Publication : La publication de bulletins, brochures, rapports ou autres documents peut être faite sur Internet, avec tous les graphiques ou avec seulement du texte. On peut atteindre ainsi un public virtuellement illimité sans avoir à payer les frais de timbre, sans mettre à jour les adresses ou sans perdre le temps nécessaire pour les envois par la poste.

- Recherche : Divers outils sont disponibles pour aider les gens à faire de la recherche sur Internet. La quantité de cette information est importante, pour la trier et choisir les éléments les plus pertinents. Des « moteurs de recherche »

puissants ont été mis au point qui font des recherches automatiquement dans des millions de sites web lorsque l'internaute tape un ou plusieurs mots-clefs.

- Enseignement et formation : Aujourd'hui de plus en plus de programmes sont développés autour de la télé-enseignement. Certaines écoles et ONG sont entrain d'utiliser le net pour renforcer et étendre leurs programmes de formation. Certains organisent des cours avec des tâches précises en vue d'obtenir des diplômes reconnus et d'autres moins formels.

- Commerce : Un nombre de plus en plus grand d'entreprises vendent des produits et réalisent des transactions sur Internet. Elles peuvent montrer des photos de leurs produits, répondre à des questions ou prendre des commandes lorsque le client donne son numéro de carte de crédit. La technologie est sophistiquée mais les sociétés se tournent vers le Net pour remplacer ou compléter leurs propres formules de vente.

CHAPITRE VI : LES CYBERCAFES AU SENEGAL

L'ADSL (Asymetric Digital Subscriber Line) est le produit le plus approprié et d'office proposé aux clients désireux d'ouvrir un cybercafé. La commercialisation de l'ADSL a débuté il y a un peu plus de deux ans maintenant L'objectif poursuivi par la SONATEL est de faciliter l'accès à Internet aux populations et d'être à l'avant-garde des NTIC au Sénégal et en Afrique. Aujourd'hui, grâce à la baisse considérable que la SONATEL a opérée sur les frais d'abonnement qui se sont vus quasiment divisés par deux, on remarque de plus en plus l'extension des cybercafés un peu partout au Sénégal. Les propriétaires sont soit des personnes physiques, soit des personnes morales, ONG, regroupement etc. Depuis l'extension de la couverture ADSL sur les capitales régionales, il y a moins de contraintes géographiques.

VI.1. Les pionniers :

Ce sont les premiers cybercafés à voir le jour au Sénégal et qui étaient localisés surtout au niveau du centre ville et autres quartiers environnants.

VI.1.1. Le Métissacana :

Ouvert le 03 juillet 1993, le Métissacana qui se présente comme le premier cybercafé de l'Afrique de l'Ouest, est situé au centre ville de Dakar et offre toute une série d'activités culturelles et artistiques. En effet, il fait partie d'un complexe comprenant un bar, un restaurant et une salle de spectacle dans laquelle sont organisées des séances de cinéma en plein air et défilés de mode. Les clients du cybercafé disposent d'une salle dans laquelle sont connectés 14 ordinateurs connectés en permanence puisque le lieu est ouvert 24h/24 et ce tous les jours de l'année. Une équipe d'animateurs composée de jeunes assistent les novices qui peuvent ainsi s'initier à la navigation sur le Web ou bénéficier de conseils. Le principe de base est le suivant : le client achète une carte sur laquelle est mentionnée l'heure de connexion pour une somme de 1500F ou 1000F CFA pour 1h30mn de connexion.

La clientèle est assez diversifiée et l'on trouve aussi bien des adolescents, des étudiants, des hommes d'affaires que des expatriés, qui viennent les uns pour jouer, les autres rechercher l'information sur le Web et d'autres encore pour communiquer via le courrier électronique. « Lorsque nous avons ouvert le cybercafé, personne n'y croyait. A quoi bon l'Internet dans un pays où l'analphabétisme est largement répandu ? » rappelle Michel Mavros, ancien réalisateur de cinéma et créateur avec la styliste sénégalaise Oumou Sy de ce qui fut le premier cybercafé de l'Afrique de l'Ouest. Toutefois, ils contournent le problème en formant les animateurs chargés de faciliter l'accès au clavier des illettrés. L'affaire décolle et les projets affluent. Moins d'un an après, Métissacana décide de devenir fournisseur d'accès à

Internet et se fixe comme objectif de faire du réseau un média de masse au Sénégal.

Michel Mavros et Oumou Sy organisent des tournées dans les régions, font des démonstrations sur écran géant dans les villages, les réactions sont enthousiastes. Tout le monde avait déjà entendu parlé d'Internet par un ami, un cousin. Même dans les villages les plus reculés, les gens étaient curieux et demandeurs. Pour attirer le plus grand nombre, Métissacana casse les prix de connexion. Contrairement à la SONATEL opérateur historique des télécoms au Sénégal qui facturait la connexion à 30.000 FCFA l'abonnement mensuel, Le Métissacana propose 8000 FCFA.

En mars 1999, le petit challenger est devenu le premier fournisseur national avec 1500 abonnés dans un pays qui en compte 8000. Très vite cependant le réseau de Métissacana sature en raison du nombre trop important d'abonnés par rapport à la bande passante de 2 Mégabits que leur octroyait la SONATEL. Les internautes se découragent et en Mars 2001, la ligne est coupée par la SONATEL du jour au lendemain pour raison de n'avoir pas honoré ses factures. Pas découragés, les fondateurs du Métissacana enfourchent un nouveau cheval de bataille : la connectivité rurale. Avec Alcatel, ils mettent au point une solution pour couvrir l'ensemble du territoire.

Mais suite à de nombreuses difficultés, le Métissacana ne parvient pas à réaliser ses projets, la licence d'Etat lui étant refusée en raison du monopole de la SONATEL. Pour Métissacana qui comptait 50 salariés, c'est la fin de l'aventure. L'encombrement de la ligne a provoqué le départ des abonnés et le projet de connectivité rurale se trouve bloqué. « *On avait accumulé un gros volume de dettes, on ne pouvait plus suivre* » confie Michel Mavros. Le cybercafé et le fournisseur d'accès cessent leurs activités en Mai 2002. « *Nous aurions pu contribuer à faire de l'Internet un outil de développement du pays.*

Le problème, ce n'est ni la misère, ni le sous-développement mais la présence d'une volonté politique. Plutôt que de voir en nous un partenaire, la SONATEL s'est contentée d'asseoir sa position dominante et l'état a arbitré en sa faveur. »

VI.1.2. Les autres points d'accès à Internet de Dakar :

En dehors de la structure présentée ci-dessus qui drainait l'essentiel de la clientèle, il existe, notamment au centre de Dakar, d'autres points d'accès à Internet qui sont le plus souvent situés dans de petites entreprises de services. (voir annexe).

**TROISIEME PARTIE :
ANALYSE ET EXPLOITATION
DES DONNEES D'ENQUETE**

CHAPITRE VII : LES MECANISMES DE FONCTIONNEMENT DES CYBERCAFES DE GRAND-DAKAR

Comme tout commerce, le fonctionnement des cybercafés de Grand-Dakar doit répondre à des normes strictes imposées par le propriétaire et suivies par le gérant afin de s'assurer une clientèle assidue.

VII.1. Les propriétaires de cybercafé

Les cybercafés implantés à Grand-Dakar ne sont pas la propriété des gérants. Ils appartiennent pour la totalité à des personnes ayant d'autres métiers et constituent une activité parallèle pour arrondir les fins de mois. Ils sont à des hommes ou des femmes, âgés entre 26 et 50 ans qui s'y connaissent en informatique, ou tout simplement d'hommes d'affaires qui exploitent tout secteur susceptible de générer des bénéfices considérables. Ils n'habitent pas forcément le quartier (à l'exception d'un seul) mais plutôt les quartiers avoisinant Grand-Dakar tels que la SODIDA, Niarry Tally, Derklé. A la question de savoir pourquoi investir dans des cybercafés, ils répondent par le souci de vulgarisation d'Internet au niveau des quartiers qui jusqu'alors n'ont pas bénéficié des avantages des NTIC. Néanmoins comme dans tout commerce se trouve un intérêt financier, le choix de Grand-Dakar est motivé par le fort taux de jeunes qui constituent la clientèle la plus assidue des cybercafés. L'intérêt croissant des jeunes à l'égard de cette « toile du troisième millénaire » garantit de fait des rentabilités considérables, surtout dans un quartier où la jeunesse est en mal d'activités ludiques. Toutefois, le choix des gérants de cybercafé repose sur des critères assez spéciaux.

VII.2. Les gérants de cybercafé

Les gérants de cybercafé sont recrutés par les propriétaires indifféremment du sexe ou de l'âge. Ce sont de jeunes personnes âgées entre 20 et 35 ans. Mais dans le mode de recrutement des employés, la prise en compte de l'instruction et de la formation demeure fondamentale. Ce sont ceux qui s'y connaissent en informatique ou qui en tout cas ont acquis des connaissances certaines grâce à une longue pratique de l'outil informatique, qui sont vivement impliqués ici. Contrairement aux gérants de télé-centre, tous les gérants de cybercafé de Gand-Dakar ont au moins le BFEM, le Baccalauréat et à la limite la Maîtrise. Cette maîtrise de l'ordinateur et du réseau Internet est une condition *sine qua non* qui permet aux gérants de guider les internautes le cas échéant. En plus de cette fonction, ils sont chargés du maintien aussi bien des ordinateurs et autres matériels que de la salubrité du local. La disponibilité, l'amabilité et la patience sont également des qualités que doivent posséder le gérant car durant les périodes de grande affluence, il ne doit afficher aucun signe d'énervement ou de fatigue à l'égard d'un client qui le sollicite, encore moins répondre au caractère rébarbatif de certains clients mécontents. Leur salaire mensuel oscille entre 30.000 et 40.000 FCFA. Les gérants des cybercafés de Grand-Dakar affirment n'avoir jamais exercé d'activités professionnelles avant d'être gérants.

VII.3. Les heures de connexion

L'heure d'ouverture ou de fermeture des cybercafés de Grand-Dakar est fixée par les propriétaires, en accord avec les gérants, étant donné que ces derniers n'habitent pas seulement Grand-Dakar, mais Patte d'Oie, Sicap etc.

Chaque cybercafé possède de ce fait un horaire qui lui est propre. Mais généralement, les cybercentres de Grand-Dakar commencent à fonctionner entre 8 h 30 mn et 9 h 30 mn et ferment leurs portes entre 23 h 30 mn et 2 h du matin. Selon les gérants, c'est durant la soirée que la clientèle est plus importante, quand bien même les gens viennent se connecter à tout moment. Ceci s'explique par le fait que les jeunes qui sont la plus forte clientèle sont des élèves ou étudiants qui, durant la journée, sont à leurs cours, tandis que les autres ne peuvent venir qu'après la journée de travail. Bref, les cybercafés ne désemplissent pas dans la mesure où durant la période scolaire, les élèves et étudiants y viennent pour faire des recherches, se documenter, tandis que pendant les périodes de congés ou de vacances scolaires, ils n'ont quasiment pas d'activités de détente que le cybercafé.

VII.4. Les tarifs de connexion

Les tarifs étaient fixés au départ à 500 FCFA les 30 mn, 750 FCFA les 45 mn et 1000 FCFA l'heure. Durant cette période, Internet n'avait pas connu le boum qu'on lui connaît aujourd'hui et seul un petit nombre de personnes avait le privilège de visiter la grande étoile. Présentement à Grand-Dakar, les tarifs sont fixés entre 300 et 250 FCFA l'heure, à l'exception d'un cybercafé qui vend ses heures de connexion à 350 FCFA l'heure. C'est dire donc que les prix ont littéralement baissé du fait que la SONATEL a réduit ses tarifs, mais également de la concurrence engendrée par la prolifération des cybercafés. Par ailleurs, la prise en compte des moyens financiers des clients y joue un rôle certain, mais aussi le souci de faire accéder tout le monde à Internet. 62% des clients estiment que les coûts de connexion sont raisonnables dans la mesure où Internet offre des services rapides et fiables. Toutefois, les clients peuvent bénéficier d'un tarif réduit les dimanches et jours fériés.

La politique des tarifs bas est un moyen pour les propriétaires de lever le difficile accès de l'Internet car les jeunes se trouvent dans la catégorie des personnes qui n'ont pas de grands moyens, surtout financiers.

VII.5. L'équipement matériel des cybercafés de Grand-Dakar

Les cybercafés de Grand-Dakar sont moyennement équipés en matériel informatique. A l'exception d'un cybercafé (et qui constitue le plus important d'ailleurs) qui aligne 25 ordinateurs, les autres locaux possèdent entre 8 et 10 ordinateurs au maximum étant l'exiguïté du cadre qui, en général, était utilisé pour l'ouverture d'une boutique etc.

Par ailleurs, les cybercafé ne sont pas équipés de matériels neufs mais plutôt de vieux ordinateurs rafistolés présentant des écrans usés et provenant pour la plupart des conteneurs de matériels informatiques que les expatriés envoient au Sénégal à moindre coût. Dès lors, le fonctionnement des machines laisse à désirer car les clients sont souvent confrontés aux caprices des ordinateurs qui peuvent se planter à tout moment, du débit lent des ordinateurs qui fait perdre aux internautes des minutes précises, de l'absence d'imprimante, de graveur ou de casques etc.

Certains utilisateurs déplorent le fait que certains cybercafés n'ont pas des écrans dissimulés ; ce qui suscite la curiosité des autres clients.

VII.6. Les locaux polyvalents

D'une manière générale, le point d'accès public à l'Internet se présente sous la forme d'un local aménagé où plusieurs ordinateurs connectés au réseau Internet sont mis à la disposition du public moyennant une tarification horaire. Toutefois, prétextant le coût assez cher du loyer, la paye du gérant et les factures d'électricité, les propriétaires s'arrangent pour vendre d'autres services tels que le scanner, l'impression, la photocopie, le fax, le traitement

de texte ainsi que le téléphone. En effet, tous les cybercafés de Grand-Dakar possèdent au moins le téléphone, qui répond à la même logique de communication que Internet, ainsi que la vente de casse-croûte, amuse-gueule ou de boissons fraîches. Cet alliage de service au sein d'un même cadre attire de plus en plus de monde et a comme conséquence le dérangement de l'atmosphère sensé être tranquille. Ainsi, 40% des clients se plaignent non seulement de la promiscuité des locaux polyvalents, mais aussi du manque de quiétude occasionné par les gens qui viennent solliciter d'autres services.

VII.7. Les bénéfices générés par les cybercafés

Les cybercafés à Grand-Dakar font par la plupart des bénéfices considérables. Compte tenu des tarifs de connexion par heure et des clients qui viennent se connecter à tout moment de la journée, les gérants estiment qu'il n'y a pas à se plaindre, d'autant plus qu'au niveau de la SONATEL, la souscription des connexions a connu une légère baisse. En plus, les locaux polyvalents qui allient plusieurs services s'en sortent d'avantage car il y a toujours quelque chose à offrir, hormis Internet. La concurrence est assez réduite grâce à leur petit nombre, mais elle est en partie due à la distance considérable qui les sépare les uns des autres. En effet, les cybercafés sont éparpillés un peu partout dans le quartier ; ce qui leur assure une clientèle assidue. 64% des clients affirment venir au cybercafé régulièrement et 32% souvent. En raison de 300 FCFA par heure, 46% se connectent pour durée d'une heure, 38% 2 heures et 12% 3 heures. Les tenanciers reçoivent jusqu'à 50 utilisateurs par jour, compte non tenu de ceux qui viennent solliciter d'autres services. Bref dans l'ensemble il y a profit mais pas très considérable selon les gérants car en matière de commerce, il y a des hauts et des bas.

CHAPITRE VIII : LES CYBERCAFES A GRAND-DAKAR : UN CADRE DE PREDILECTION DES JEUNES

VIII.1. Inventaire des structures de loisirs de Grand-Dakar

L'aménagement de l'espace au niveau de la CA Grand-Dakar a été fait de telle sorte qu'il ne laisse pratiquement pas d'espaces libres. Jalonnées par des rues très étroites, les habitations serrées les unes aux autres avec une forte population à majorité jeune, les constructions se font de plus en plus en hauteur du fait de se manque d'espace. Par ailleurs, la CA Grand-Dakar ne présente pas beaucoup de structures de loisirs ; ce qu'il convient de décrier ici.

- Le sport : La CA Grand-Dakar souffre d'un manque criard en infrastructures de base pour le sport, telles que les terrains de football, de basket, de handball etc. Malgré le dynamisme et le talent des jeunes des ASC souvent porteurs de projets, ils ne bénéficient pas de l'appui institutionnel et financier requis pour leur réalisation. Sur le plan sportif et notamment le football, les jeunes de la CA Grand-Dakar ne disposent que d'un terrain clôturé malgré les nombreux ASC ; ce qui a poussé les autorités municipales à nettoyer et niveler des terrains vagues pour les mettre à la disposition des ASC de la commune. Hormis le football, les autres activités sportives sont pratiquement inexistantes.

- La culture : Le centre culturel Blaise Senghor sis au Boulevard Dial Diop, à hauteur du lycée Blaise Diagne, est le seul centre offrant des activités culturelles et notamment les prestations de danses, les pièces de théâtre, des sketches de jeunes talents, les chants folkloriques, des expositions de tableaux de peintres nouveaux talents, des concerts etc. Ces activités ne sont pas régulières mais se produisent par intermittence selon la période et le programme du centre, alors que les jeunes ne sont pas toujours informés de ce programme ou ne s'y intéressent pas tout simplement. En dépit de cela, la

commune s'est dotée tout récemment d'un foyer des jeunes à l'écoute des adolescents sur les problèmes cruciaux de santé, d'hygiène, d'éducation etc.

- Le cinéma : Le cinéma Liberté sis à l'Avenue Bourguiba reste le seul fonctionnel, après que le cinéma El Mansour ait fermé ses portes depuis belle lurette pour cause d'agressions fréquentes à la sortie des spectateurs surtout la nuit. Mais avec le temps, il est entrain de tomber en état de délabrement faute d'entretien, alors que la qualité du matériel laisse à désirer (écran en piètre état, fauteuils cassés, toilettes sales, insalubrité etc.).

Par ailleurs, les moins de 15 ans n'y sont pas admis et présentement, il accueille de moins en moins de spectateurs à cause de la révolution technologique que sont les DVD, VCD et cassettes vidéos qui font que les gens préfèrent rester chez eux à regarder des films dans un cadre convivial.

- Les salles de jeux : Les salles de jeux de la CA Grand-Dakar n'ont de salle de jeux que leur nom. Contrairement aux grandes salles équipées de matériel de toute sorte, éclairées par les nombreux jeux de couleur, avec des jeux d'éveil de l'esprit et qui font l'attraction aussi bien des jeunes que des adultes, ce qu'on appelle communément « salle de jeux » à Grand-Dakar se présente sous l'aspect d'un petit local mal éclairé et non ventilé (à plus forte raison climatisée), équipé tout au plus de 3 vieux flippers en mauvais état, de deux télés et présentant juste à l'entrée un ou deux baby-foot. Ces salles de jeux ne sont pas une œuvre des autorités municipales, mais plutôt celui de particuliers qui y voient un moyen de gagner de l'argent, mais également une réponse au manque criard de distraction au sein du quartier.

VIII.2. Les sites Internet les plus visités :

L'environnement des cybercafés était au départ pratique pour cause d'un besoin réel d'informations noté chez les jeunes lycéens et autres étudiants qui ont pris d'assaut la toile à la recherche de sites d'universités, d'écoles

supérieures, d'instituts pour retrouver des programmes scolaires, des dossiers de pré-inscription etc. Cette réalité, tout en demeurant toujours présente au niveau des cybercafés de Grand-Dakar, l'on s'aperçoit que la clientèle s'intéresse de plus en plus à d'autres sites, car les jeunes sont aussi à la recherche d'autres modes d'expression culturelle, à travers des sites qui proposent musique, sport, rencontre, amour etc. Parmi ceux-ci, nous pouvons citer :

-Les sites de sports : ils sont fréquentés pour la majeure partie par les garçons. Ces sites offrent toute l'actualité sportive au complet et à moindre frais. Ainsi, avant l'avènement d'Internet et sa vulgarisation au niveau des cybercafés, les passionnés de sports n'avaient eu d'autres moyens de s'informer sur l'actualité sportive internationale qu'à travers les revues spécialisées locales ou étrangères qui coûtent assez chères ou bien à travers les chaînes de télévisions privées (Canal + Horizons, TV5 etc) dont l'abonnement n'est pas donné à tout le monde. Actuellement, avec le Net et plus particulièrement les sites tels que www.sports.fr, www.lequipe.fr, www.fff.fr, www.footmercato.net, www.skysport.com, www.foxsport.com, les amateurs de sports sont au diapason de toutes les nouveautés sportives à travers le monde entier en un temps record.

-Les sites de recherche ou moteurs de recherche : Il s'agit entre autres des sites tels que www.google.fr, www.altavista.com, www.100mo-deliens.com etc. Ces sites sont spécialisés dans la recherche de tout genre. En effet, étant donné que sur Internet chacun peut créer son propre site, on y trouve du « tout » en l'occurrence transmettre et recevoir des données, des messages, des images, des informations en tous genres politiques, commerciales, éducatives, ludiques, médicales, idéologiques... Ainsi, les ressources du Net sont

illimitées et peuvent passer de l'information la plus capitale à la recette culinaire la plus exotique.

-Les sites de Rencontre, Amitié, Amour :

Il s'agit principalement de www.abcoeur.com, www.meetic.fr, www.drague.net, www.affection.org. A travers ces sites, les internautes ont la possibilité de faire des connaissances, de se lier d'amitié avec d'autres personnes par le simple biais du Net. Ces sites mettent surtout en contact des âmes solitaires désireuses de trouver compagnie par l'intermédiaire d'une correspondance grâce aux messages que l'on envoie et que l'on reçoit aussi. En déclinant leur identité ou en l'utilisant des pseudonymes, ils voyagent à travers le Net ;

-Les sites de jeux : Les sites de jeux sont surtout l'apanage des plus jeunes clients des cybercafés. Le développement de la technologie en matière de jeux vidéos ultra modernes constitue une attraction de plus en plus forte, surtout pour la clientèle jeune des cybercafés. En effet, les jeux vidéos et électroniques, les CD-Rom ont été les deux angles d'attaque pour les jeunes en phase d'initiation. Comme nous l'avons signalé tantôt, le manque criard en structures ludiques en constitue la principale explication. Parmi ces sites de jeux, nous pouvons citer : www.miniclip.com, www.+450L.com, etc....

En plus de ces sites que les clients consultent pour leur simple plaisir, il en existe d'autres tels que les sites de cartes de vœux

(www.dromadaire.com, www.chezmaya.com, www.greetings.com, www.cybercartes.com, www.123greetings.com) et des sites de poèmes www.poésieetcitationsdamour-com, www.poeme-France.com, www.amourlove.org/fr.

VIII.3. Une clientèle particulièrement jeune

Dans le taux de fréquentation des cybercafés de la CA Grand-Dakar, les jeunes occupent une place de choix. D'une part, ceci s'explique par une curiosité nourrie que les jeunes ont à l'égard de la grande toile et des possibilités d'accès à toute sorte d'information qu'elle offre. D'autre part, l'explication peut venir du fait que la CA Grand-Dakar qui est un quartier populeux à fort taux de natalité, regorge de jeunes personnes qui ressentent le besoin de se divertir dans la mesure où ils ne peuvent canaliser leur énergie. C'est ainsi que dans l'univers des cybercafés, une large part a été réservée à la jeunesse dans la mesure où les tenanciers veulent créer un espace de convivialité pour ces derniers qui ont besoin de bouger, de se retrouver.

Ils y trouvent le moyen de communiquer avec d'autres jeunes, souvent des parents expatriés, de prendre connaissance de l'avancée des NTIC, de savoir ce qui se passe hors de leurs frontières, de s'ouvrir au monde. Le plus souvent, ils y vont par bande de copains ou en tout cas à plusieurs afin de s'initier les uns les autres aux merveilles de l'ordinateur. Le tableau ci-dessous éclaire davantage sur la clientèle jeune des cybercafés de Grand-Dakar car nous pouvons y lire nettement que les plus importants pourcentages sont partagés entre les clients de 15 à moins de 30 ans.

Tableau 1 : Répartition des clients selon leur âge

Age	Pourcentage
10-15	08
15-20	28
20-25	26
25-30	22
30-35	12
35-40	04
Total	100

Source : Enquête de terrain

Toutefois, il y a lieu de préciser que parmi ces jeunes, on note une forte dominance des garçons par rapport aux filles. Autrement dit, les garçons fréquentent beaucoup plus le cybercafé que les filles du quartier avec successivement 56% de garçons contre 44% de filles. Etant donné que le maniement de l'ordinateur suppose que l'on sache lire et écrire, ce déséquilibre peut s'expliquer par le fait que les garçons sont beaucoup plus scolarisés que les filles souvent confinées aux travaux domestiques.

Tableau 2 : Répartition des clients selon l'âge et le sexe

Age Sexe	Masculin	Féminin	Total
10-15	02	06	8
15-20	14	14	28
20-25	14	12	26
25-30	14	08	22
30-35	08	04	12
35-40	04	00	04
Total	56	44	100

Source : Enquête de terrain

VIII.4. Le cybercafé : un environnement ludique pour les jeunes

Le Net, tout en étant un outil de recherche et de travail, n'en constitue pas moins un moyen de se distraire, de prendre du bon temps par rapport à d'autres activités professionnelles ou scolaires. Comme cela a été dit précédemment, le ludique constitue une attraction de plus en plus forte surtout pour la clientèle jeune des cybercafés de Grand-Dakar.

En effet, les jeunes ont commencé à se familiariser avec ce nouvel environnement et ils y ont pris goût. Avec l'implantation de cybercafés accessibles à des prix qu'ils estiment à 62% raisonnables, c'est une nouvelle génération de jeunes férus de jeux et de distraction qui est en train de voir le jour. Ils ont déserté les quelques rares salles de jeux qui n'offraient que les flippers et autres jeux vidéos traditionnels pour naviguer et surfer sur le Net, à la recherche de quelque chose de beaucoup plus moderne et qui soit à leur goût. Selon Michel Mavros, ex directeur du Métissacana, les « *jeunes ont été les premiers usagés de l'Internet au Métissacana. Ils l'ont utilisé pour l'IRC (Internet Relay Chat) qui est un canal de conversation à distance. C'était pour eux un moyen de se donner rendez-vous sur le Net avec des personnes à l'autre bout de la planète. Cela les a passionnés car ils pouvaient voyager à moindre frais* ». Cette clientèle des cybercafés de Grand-Dakar répond à 50% fréquenter les cybercafés surtout pour se divertir après une journée de travail ou après les cours au lycée ou à l'Université.

Tableau 3 : Répartition des clients selon leurs motivations

MOTIVATION	%
Activité professionnelle	10
Besoin personnel	34
Diversement	50
Autre	06
Total	100

Source : Enquête de terrain

VIII.5. L'affluence d'une forte clientèle

Les cybercafés de Grand-Dakar enregistrent jusqu'à 50 visiteurs par jour venu solliciter les services du Net seulement. En raison du fait que c'est les seuls endroits où on peut se connecter à Internet en dehors du lieu de travail (24%) et de l'Université (pour les étudiants), cet état de fait s'explique par l'impossibilité de se connecter à domicile par manque de moyen.

Tableau 4: Répartition des clients selon l'origine et la fréquence de connexion

Origine Fréquence	Grand-Dakar	Niarry Tally	Zone A	Sicap Liberté I	Total
Régulièrement	20	6	1	5	32
Souvent	11	2	---	3	16
Rarement	---	---	---	2	2
Total	31	8	1	10	50

Source : Enquête de terrain

Ce tableau montre que les cybercafés de Grand-Dakar voient l'arrivée de clients qui n'habitent pas forcément la commune, mais plutôt les quartiers environnants tels que Niarry Tally, Zone A, Sicap Liberté I, etc. Toutefois, il est évident à la lumière des effectifs que les jeunes de Grand-Dakar monopolisent la plus forte part. Ceci s'explique par le fait que, quand bien même ces quartiers verraient l'implantation de cybercafés en leur sein, ce phénomène est en balbutiement par rapport à la CA Grand-Dakar. Il s'y ajoute que c'est le coût de connexion moins élevé qui attirerait cette clientèle vers les cybercafés de Grand-dakar.

Ainsi donc, il y a un engouement des jeunes vers ces dits lieux pour cause du phénomène nouveau et extraordinaire que constitue le Net. C'est

ainsi que durant certaines périodes, l'offre est réellement inférieure à la demande au niveau des cybercafés qui pour la plupart ne dispose que d'un

nombre réduit d'ordinateurs par rapport au nombre exponentiel de clients. De même, la plupart des internautes affirme visiter la grande toile régulièrement dans la mesure où ils y sont familiarisés et entretiennent même des relations qui exigent cette fréquence.

VIII.6. Le courrier électronique

De l'anglais « e-mail », le courrier électronique est un message transmis par un utilisateur vers un ou plusieurs destinataires, d'ordinateur à ordinateur, par l'intermédiaire d'un réseau informatique favorisant entre eux un échange rapide et sans frontière. Tous les clients des cybercafés visités possèdent au moins une adresse e-mail où ils peuvent envoyer et recevoir leurs courriers. Celle-ci se présente comme suit : la première partie qui identifie le correspondant et qui est souvent constitué de son nom ou surnom (nom d'emprunt) ; le symbole @ (arobase) qui sépare la première partie de la deuxième ; la deuxième partie qui identifie le provider et enfin la dernière partie qui identifie le domaine. Le courrier électronique est actuellement le service le plus accessible et le plus populaire du Net. En effet, l'initiation au Net au niveau des cybercafés en tout cas commence par ce rituel qui consiste à ouvrir une boîte « e-mail » pour recevoir et envoyer des messages.

A cet effet, les travaux de Oumar Boye portant sur «Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et du Développement Social : place du courrier électronique dans la dynamique des relations sociales à Dakar » sont assez édifiants. Le courrier électronique y est présenté comme un moyen de redynamisation des relations sociales par les usagers du Net, à travers la fréquentation des cybercafés. Le tissu relationnel des dakarois

se serait d'avantage renforcé et au-delà, le tissu relationnel international dans la mesure où il s'agit d'un système d'envoi et de réception de message à des correspondants connectés à travers le monde. Une étude d'Internet National Data Corp publiée en 2000 estime la circulation annuelle d'e-mail à plus de 10 milliards de messages.

VIII.7. Les conséquences de l'effet « mode »

Il est clair que l'effet « nouveauté », « mode » y est pour beaucoup dans la prise d'assaut des cybercafés par les jeunes de la CA Grand-Dakar. L'avènement du Net qui a été très médiatisé à ses débuts, a suscité chez plus d'un une curiosité qui, au moins, a eu le mérite de pouvoir faire accéder tout le monde aux capacités de l'ordinateur.

En effet, la popularité du Net a dépassé le cadre des villes pour se répandre au niveau des coins les plus reculés du Sénégal où il fut un temps, les fondateurs du Métissacana organisaient des tournées à travers les régions, faisant des démonstrations sur écran géant dans les villages. Les réactions étaient dès lors enthousiastes car chacun avait déjà entendu parler d'Internet par un ami, un cousin.

L'idée des cybercafés fut également une possibilité de satisfaction de cette envie de découverte du Net qui a trouvé au niveau de la population surtout jeune de la CA Grand Dakar, un écho favorable. Chacun veut se mettre à l'école de la grande toile pour ne pas se voir supplanter dans ce domaine par ses semblables. C'est ainsi que les *expressions* « je vais au cybercafé » ou « je reviens du cybercafé » sont devenues monnaie courante dans le langage des jeunes de la CA Grand Dakar, qui voient à travers ce geste de fréquentation un privilège. Influençant ainsi leurs camarades et proches, chacun souhaite surfer sur le Net pour ne pas être en reste, aidé en cela par la présence effective des cybercafés. Toutefois, une certaine sélection s'impose car les clients doivent

avoir impérativement un certain niveau intellectuel pour pouvoir écrire, lire et manipuler à souhait l'ordinateur.

VIII.8. Les différentes motivations des personnes concernées.

Les inconditionnels du Net, étant d'âge et de sexe différent, sont ainsi motivés par des objectifs tout autant divers. Etant donné que l'on trouve du tout sur Internet, chacun y trouve son compte. Quand certains clients viennent solliciter les services des cybercafés dans le cadre de leur activité professionnelle (10%), d'autres le font pour un besoin personnel (34%) ou tout simplement par envie de se divertir (50%) tant il est vrai que Internet peut cumuler toutes ces fonctions précitées.

Tableau 5: Répartition des clients selon le niveau d'étude et la motivation

Niveau d'étude \ Motivation	BFEM	BAC	BAC +2	BAC +4	Autres	Total
Activité professionnelle	---	3	---	2	---	5
Besoin personnel	3	9	2	1	2	17
Divertissement	7	5	4	1	8	25
Autres	---	---	1	1	1	3
Total	10	17	7	5	11	50

Source : enquête de terrain

Il apparaît à la lumière de ce tableau que plusieurs raisons poussent les jeunes de Grand-Dakar à fréquenter les cybercafés. Parmi ces raisons, nous pouvons citer particulièrement le besoin de divertissement étant donné qu'il monopolise à lui seul la moitié de l'effectif total des personnes enquêtées suivi

de près par ceux qui s'y mettent par besoin personnel. En effet, la prédominance du pourcentage jeune des personnes qui recherchent le ludique par l'intermédiaire des cybercafés a pour cause la propension des jeunes à la fréquentation des dits lieux. Le plus souvent, ils sont élèves ou étudiants et ne connaissent pas encore l'expérience d'une vie professionnelle active. Ceux qui utilisent le Net dans le cadre de leur travail sont mus par le désir de présenter leur domaine d'action, leurs références, entretiennent des correspondances avec les éventuels clients, etc. Cette pratique est souvent courante dans le commerce qui a connu un développement fulgurant, à travers ce que l'on peut appeler « e-commerce » grâce à Internet. Toutefois puisqu'il exige qu'on sache lire et écrire et que l'on dispose de certaines notions en informatique, le tableau montre que les clients ont un certain niveau intellectuel qui leur permet de s'en sortir sans grande difficulté.

VIII.9. Les catégories socio-professionnelles des clients.

La CA Grand-Dakar fait partie des plus vieux quartiers de la région de Dakar. L'implantation des populations s'est faite de manière progressive par vagues venues d'autres zones. Ils étaient alors des employés de Brasserie, du Port Autonome de Dakar, des employés des entreprises Lesieur, des Grands Moulins de Dakar, Manutention Africaine, Intendance de l'Armée Française etc. La CA Grand Dakar n'a pas pour autant beaucoup changé depuis cette époque, habitée aujourd'hui par des gens moyens, à la limite pauvres.

Tableau 6 : Répartition des clients selon la profession et fréquentation

Fréquentation Profession	Régulière	Souvent	Rarement	Total
Etudiant	11	3	1	15
Elève	8	9	---	17
Informaticien	1	---	---	1
Serveuse	1	---	---	1
Technicien	4	1	---	5
Businessman	1	---	---	1
Gérant	1	---	---	1
Commerçant	1	---	---	1
Restaurateur	1	---	---	1
Consultant	---	1	---	1
Entrepreneur	1	---	---	1
Instituteur	1	---	---	1
Chômeur	1	2	1	4
Total	32	16	2	50

Source :enquête de terrain

Ce tableau montre que toutes les catégories socioprofessionnelles fréquentent au cybercafé. Hormis les étudiants et élèves, on y rencontre informaticien, serveuse, technicien, businessman, commerçant, restaurateur, entrepreneur, instituteur, consultant, chômeur, etc.. Or, pris sous cet angle, l'idée de loisir réapparaît inexorablement. Autrement dit, la fréquentation des cybercafés par des catégories socioprofessionnelles constituées essentiellement d'employés de niveau moyen répond à une activité de détente,

de divertissement, d'information désintéressée. Car selon Karl Marx qui estime que le travail est le premier besoin de l'homme, la fréquentation du cybercafé substituée en activité de loisir leur donne la possibilité de se libérer des fatigues physiques ou nerveuses qui contrarient les rythmes biologiques de la personne. Par ailleurs, il est pouvoir de récupérer ou occasion de désœuvrement par rapport au travail. De plus, il est marqué par la recherche d'un état de satisfaction pris comme une fin en soi. La fréquentation des cybercafés par ces personnes s'expliquent par le fait qu'ils éprouvent le besoin de se livrer à une activité qui n'est soumise à aucune fin lucrative, à aucune fin utilitaire, à aucune fin idéologique, sinon la satisfaction personnelle après la journée de travail.

VIII.10. Le cybercafé : une bonne initiative à Grand-Dakar

Dans le cadre de la vulgarisation du Net au large public, la CA Grand-Dakar a vu émergé de façon remarquée dans son environnement naturel des cybercafés qui favorisent l'accès à Internet moyennant une tarification horaire. Cette initiative appréciée du grand nombre et générateur de bénéfices, est entrain d'influencer d'autre projet d'ouverture de cybercafé. L'initiative a su trouver un écho favorable au niveau du quartier où elle témoigne d'un pas effectif de l'infiltration du modernisme et des progrès de la technologie dans les quartiers populeux de Dakar.

Les cybercafés jouent un double rôle instructif et distractif à la fois. Car dans le premier cas, ils permettent de s'ouvrir au monde dans la société mouvante au sein de laquelle nous évoluons, de monde prendre connaissance des avancées considérables dans le secteur de la technologie entre autres. Par ailleurs, ils constituent un moyen de découverte, d'information et de culture. Dans le deuxième cas, ils sont une forme d'occupation pour les jeunes qui y trouvent la chance de s'adonner à des activités saines. Etant la réputation de la

CA Grand-Dakar qui se trouve être peu envieuse encore moins flatteuse, l'influence constitue un facteur très présent qui incite les jeunes à se compromettre dans ses actes de vandalisme et de délinquance. Or, la fréquentation des cybercafés limite cette tendance exacerbée par l'oisiveté, le vagabondage, la flânerie. A cet effet, les cybercafés sont à priori une occupation sans danger immédiat.

CHAPITRE IX : LES OBSTACLES A LA FREQUENTATION DES CYBERCAFES A GRAND-DAKAR

Dans toute activité se dressent des obstacles. Ceux-ci peuvent être mineurs ou majeurs. Dans tous les cas,, il y a lieu de les abattre parce qu'ils sont une entrave à la réussite de tout projet, de toute entreprise. Les obstacles à la fréquentation des cybercafés ne sont pas exception à la règle et constituent pour certains d'entre eux (l'analphabétisme et la pauvreté) des fléaux sociaux.

IX.1. Les opinions vis-à-vis des cybercafés

L'Afrique est en reste par rapport à l'occident en ce qui concerne la technologie. Ainsi, toutes les découvertes technologiques nous viennent de l'Europe et lesquelles découvertes nous essayons de nous approprier toujours. Toutefois, dans toute action d'appropriation intervient une phase durant laquelle l'objet en question se heurte à une certaine réticence de la part de la population qui se voit en face d'une nouveauté inconnue. En ce qui nous concerne nous interprétons l'acte de non-fréquentation des cybercafés par certaines personnes comme la cause de leur non-assimilation encore dans la pratique et les habitudes quotidiennes, courantes, des personnes concernées. Quand bien même on ferait l'apologie du Net un peu partout, il ne reste pas moins un trait de culture occidental auquel certains jeunes sont encore

rébarbatifs. C'est dire donc que c'est beaucoup plus pour ignorance que par répulsion naturelle que certains jeunes ne viennent pas au cybercafé. Ils sont en face d'un phénomène qu'ils ne savent pas d'emblée adopter parce que jusqu'alors méconnu. Dès lors, ils en font l'affaire des autres tout en excluant de ce lot.

Malgré les efforts consentis pour faire du Net l'affaire de tous grâce à la politique de vulgarisation par le biais des cybercafés, malgré la prétention d'Alex Corentin président de l'ISOC-Chapitre³⁷ sénégalais qui disait « vouloir œuvrer pour que tout le monde ait accès à l'Internet »³⁸, la porte des cybercafés de Grand-Dakar reste toujours fermée pour bon nombre de non-initiés.

IX.2. L'analphabétisme :

L'absence d'instruction est un handicap majeur dans la société de l'information et de la communication. L'analphabétisme est un fléau au niveau des sociétés en développement car il limite les potentialités humaines. Selon P.S., apprenti mécanicien « je ne peux pas fréquenter les cybercafés comme mes camarades car je n'ai pas eu la chance d'être instruit. Si j'attends parler du net, c'est seulement à travers mes amis qui m'en vantent les merveilles, plus particulièrement les sites de jeux qu'ils visitent. Je me sens marginalisé parfois quand je vois tout ce beau monde qui grouille autour des cybercafés ». C'est ce qui explique la politique de scolarisation à forte échelle des enfants afin de leur donner une chance d'y échapper. Internet, moyen de communication, de documentation et de culture doit s'accompagner de l'apprentissage de son utilisation ; utilisation qui n'est possible sans un certain niveau intellectuel. En effet, puisqu'il suppose qu'on sache lire et écrire et

³⁷ ISOC = Chapitre sénégalais d'Internet Society (Internet Society-Chapitre)

³⁸ In Le Soleil, Mars 1999

qu'on dispose de certaines notions en informatique, fussent-elles vagues, le Net est encore méconnu des masses pour cause d'analphabétisme.

Paradoxalement, le Sénégal, conscient des enjeux et des opportunités qu'offre l'émergence des réseaux, s'est doté d'une stratégie ambitieuse dans un domaine où il possède beaucoup d'atouts : un réseau de communication moderne avec plus de 95% de taux de numérisation, des ressources humaines hautement qualifiées, un réseau dense de distributeurs et de sociétés de services et d'ingénierie qui œuvrent pour le développement et la vulgarisation de l'informatique, un parc important d'ordinateurs avec une densité de 0,72%³⁹.

D'autre part, nous avons souligné dans les pages précédentes que les garçons étaient beaucoup plus intéressés par le cybercafé que les filles qui, le plus souvent, ne jouissent d'une instruction. En effet, dans les quartiers pauvres, l'analphabétisme est une réalité omniprésente qui fait de ceux qui ont la chance d'être scolarisés des privilégiés. Ainsi donc, l'accès au cybercafé par les non-instruits reste difficile et peu évident. Pour la plupart de ceux qui s'y essaient malgré tout, ce sont les gérants qui se chargent de l'envoi et du décryptage des messages⁴⁰. Il apparaît alors que l'analphabétisme limite la fréquentation des cybercafés de Grand-Dakar par les jeunes.

IX.3. Les moyens financiers

Les tarifs de connexion à Internet constituent un facteur bloquant pour la fréquentation des cybercafés. Les jeunes qui occupent une place de choix dans le taux de fréquentation des cybercafés se trouvent dans la catégorie de personnes qui n'ont pas de grands moyens financiers. Pris sous cet angle, les

³⁹ in Le Soleil, Mars 1999

⁴⁰ Diouf D., « *Problématique de l'Appropriation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la communication par les communautés de base : cas du projet Cyberpop / Bombolong (ENDA Tiers Monde-CRDI* », Mémoire DEA, 2001.

efforts de vulgarisation du Net butent contre un obstacle majeur, à savoir la pauvreté. Selon M.C., élève, « si cela ne tenait qu'à moi, c'est à tout moment que j'irai au cybercafé du coin. Seulement c'est les moyens qui font défaut. Je ne peux pas toujours demander à mes parents qui, le plus souvent, y voit une manière de jeter de l'argent par les fenêtres. Or, étant élève, je ne peux compter que sur ce que me donnent mes parents. Ce que je souhaite, c'est qu'un jour les connexions se fassent gratuitement comme en France par exemple où il existe des salles équipées d'ordinateurs et où on peut surfer sur le Net sans payer un sou ». Les propriétaires, conscients de ce fait, ont adopté une politique des tarifs bas afin de lever le difficile accès au cybercafé. Néanmoins le problème reste entier car rares sont ceux qui sont disposés à se connecter régulièrement en raison de 300 FCFA ou 250 FCFA.

Ce sera un des premiers combats parce qu'il est important que les activités liées à l'accès à l'information et aux nouvelles technologies de communication soient vulgarisées, précise Alex Corentin. La seule solution envisageable serait qu'il y ait encore baisse sur les coûts de connections ; ce que les propriétaires n'entendent pas de cette oreille, arguant que le loyer du local, le coût du matériel ainsi que la redevance du gérant coûtent chers alors que les bénéfices ne permettraient pas de s'en sortir. Beaucoup de jeunes sont limités par ces obstacles et sont obligés parfois de se connecter à 2 ou 3 personnes. Ceux qui ont acquis une certaine assiduité glanent des connections à crédit que les gérants, parfois, refusent de leur octroyer. D'autre, qui ne sont pas toujours disposés à payer comptant, répertorient les connections dans un cahier et payables à la fin du mois.

IX.4. Les dangers inhérents à la fréquentation des cybercafés

Plus qu'une simple mode, le phénomène Internet constitue à coup sûr l'une des évolutions les plus marquantes en termes de télécommunications à

l'échelle mondiale. Ce « réseau des réseaux » et un espace d'expression et d'information, théoriquement sans limite offrant pratiquement à tous la possibilité de diffuser ses idées. Ainsi, influence-t-il fortement les comportements en matière d'éducation, de consommation, de participation à la vie publique, de comportement et de pensée. Une longue fréquentation des cybercafés peut conduire à une aliénation des mœurs et un perversissement dans la mesure où il n'y a pas que du positif à visiter la grande toile.

En effet, sur Internet, chacun est libre de créer sa propre page. Par conséquent, on y trouve le meilleur comme le pire. Cela peut aller de la poésie la plus lyrique à la pornographie la plus sordide. Or dans l'univers des cybercafés, une large part est réservée à la jeunesse stade de la vie très influençable et en proie à toute sorte de débauches extérieures le plus souvent accentuées par l'imitation du modèle occidental. Pire que la télévision longtemps fustigée pour cause de perversissement des mœurs au moyen de l'importation d'autres modes de vie, de pensée et d'être et, qui plus est continue d'être l'objet de censure, le Net reste plus ouvert au public sans discrimination aucune.

Par ailleurs pour certains penseurs qui poussent la réflexion plus loin, on pourrait assister à une individualisation accrue dans l'utilisation de l'ordinateur peut provoquer un desserrement du lien social puisqu'il faut s'isoler pour s'y brancher. Toujours est-il que dans toute chose il faut savoir raison garder. Peu n'est quelquefois pas bon mais trop est toujours mauvais.

CONCLUSION

Le réseau Internet est le plus grand réseau de communication que le monde ait jamais connu. Resté pendant longtemps l'apanage de quelques secteurs privilégiés, c'est grâce à sa délocalisation par l'intermédiaire des cybercafés que la masse a pris contact avec cet outil extraordinairement performant en matière de documentation et de recherche. On remarque que les cybercafés qui étaient méconnus des banlieusards ont fleuri un peu partout, après l'étape des centres-villes et ont connu un accueil favorable auprès de la population jeune surtout. Ce mémoire qui tourne autour d'une logique d'explication de la propension des jeunes de Grand-Dakar à fréquenter les cybercafés va essayer d'apporter, à ce niveau, des éléments de réponse par rapport aux hypothèses de départ, réponses fondées bien sûr sur les résultats obtenus.

En premier lieu l'hypothèse selon laquelle il y a un engouement des jeunes du quartier vers les cybercafés devenus un nouveau lieu de loisirs et vérifiée. Autrement dit, nous avons montré que Grand-Dakar est un quartier qui regorge de jeunes alors que l'état des lieux en structures de loisirs n'est pas satisfaisant. C'est ainsi que l'implantation des cybercafés a été accueillie avec enthousiasme et dès lors considérés comme espaces de loisirs comme l'a montré les statistiques illustrées par les tableaux. Hormis les étudiants et élèves qui occupent la tête de liste nous avons vu que les gens de catégories socioprofessionnelles moyennes fréquentent les cybercafés car ils y voient également une activité de détente.

En second lieu, nous avons posé l'hypothèse selon laquelle la non-fréquentation des cybercafés par certains jeunes n'est pas une volonté

délibérée mais liée à des obstacles de plusieurs ordres. Ainsi, nous avons trouvé que l'ignorance de Internet est une des premières causes.

Dès lors, cette hypothèse se trouve confirmée étant donné qu'il s'y ajoute l'analphabétisme et la pauvreté caractéristiques des quartiers populeux et favorisent de ce fait ce désintéressement.

Toutefois, nous estimons que les autorités communales doivent prendre en compte les besoins de la jeunesse et essayer de remédier à cette situation. Même si les jeunes ont les cybercafés, il reste vrai que c'est pas à cet effet.

La création d'espaces de loisirs publics seraient plus judicieux dans la mesure où l'accès y serait plus facile. En somme, il suffit de construire des stades des bibliothèques publiques, des espaces verts , des aires de jeux, de bâtir des maisons de culture et des maisons de jeunes. Toutes ces mesures sont évidemment utiles mais il faut également des recherches globales pour déterminer les meilleures solutions qui permettraient un développement des activités de loisirs dans les collectivités urbaines à travers les espaces de loisirs. Cette unification de l'espace de loisir allant de pair avec sa différenciation en zones permet de confronter les différents milieux sociaux qui sont utilisateurs afin de promouvoir une croissance équilibrée de la culture du corps, de l'esprit, de la culture artisanale, artistique et intellectuelle.

Tels sont les problèmes dont l'urbanisme devrait tenter de favoriser la solution par sa façon de concevoir, d'équilibre et d'intégrer un espace approprié : l'espace de loisirs.

BIBLIOGRAPHIE

1. Beaud S., Weber F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte 1998.
2. Baye O., *Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et développement social : place du courrier électronique dans le dynamique des relations sociales à Dakar*, UCAD, Bibliothèque du Département de Sociologie, Mémoire, 2000. 50p.
3. Diouf D., *Problématique de l'appropriation des Nouvelles technologies de l'Information et de la communication (NTIC) par les communautés de base : cas du projet Cyberpop / Bombolong (ENDA Tiers-Monde/CRDI)* Mémoire DEA, UCAD, Bibliothèque du Département de Sociologie, 2001.
4. Dumazedier J., *Sociologie empirique du loisir ; critique et contre-critique de la civilisation du loisir* ; Editons Seuil, 1974.
5. Durant J.P., Weil R., *Sociologie contemporaine*, Paris, Editions Vigot, 1998, 644p.
6. Grawitz M., *Lexique des sciences sociales*, Paris, Soufflot, 1991, 399 p.
7. Le Bras F., *Les règles d'or pour rédiger un rapport, un mémoire, une thèse*, Marabout, 1993, 181 p.

8. Lô M.T., *Les micro-entreprises du secteur informel dans le domaine des Nouvelles technologies de l'Information et de la communication (NTIC) : Enjeux et impact*, UCAD, Bibliothèque du Département de Sociologie, 2001, 59 p.
9. Loubet Del Bayle J.L., *Introduction aux méthodes des sciences sociales*, Toulouse, Privat, 1989, 240 p.
10. Lombard J., *Introduction à l'ethnologie*, deuxième Edition, Paris, Armand Colin, 1998, 191 p.
11. Mendras H., Forsé M., *Le changement social : tendances et paradigmes*, Paris, Armand Colin, 1983, 284 p.
12. Quivy R., Compenhoudt L.V., *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod, 1995, 288 p.
13. Rocher G., *Introduction à la sociologie générale Tome 3 : Le changement social*, Paris, Edition Seuil, 1970, 321 p.
14. Sagna O., *Les technologies de l'Information et de la communication et de Développement Social au Sénégal : Un Etat des lieux*, UNRISD, janvier 2001, 61 pages.

ANNEXES

FILY CAMARA

Etudiante en Maîtrise de Sociologie
Université Cheikh Anta Diop de Dakar

QUESTIONNAIRE POUR LES GERANTS

THEME : «La fréquentation des cybercafés par les jeunes de Grand-Dakar »

I. Identification

- 1) Age.....
- 2) Sexe
- 3) Adresse.....
- 4) Niveau d'étude
- BFEM ☐ BAC ☐ BAC +4 ☐ Autres ☐
- 5) Profession exercée avant d'être gérant de Cybercafé ?
-
- 6) Etes-vous propriétaire du cybercafé ?
- Oui ☐ Non ☐

II. Les caractéristiques de l'employeur

- 7) Sexe.....
- 8) Profession.....
- 9) Age.....
- 10) Lieu d'habitation.....

III. Les connaissances en informatique du gérant

- 11) Savez-vous manier l'outil informatique
- Oui ☐ Non ☐
- 12) Si oui, l'avez-vous appris ?
- Oui ☐ Non ☐

13) Etes-vous en mesure de guider les clients ?

Oui ☐

Non ☐

IV- Opinion sur l'implantation des cybercafés à Grand-Dakar

14) Que pensez-vous des cybercafés à Grand-Dakar ?

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

15) Selon vous est-ce intéressant d'investir dans un cybercafé à Grand-Dakar ?

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

V. Mode de fonctionnement

16) Combien d'ordinateur possédez-vous ?

5 ☐

8 ☐

10 ☐

10+ ☐

17) Vous arrive t-il de faire patienter des clients ?

Régulièrement ☐

Parfois ☐

Rarement ☐

18) Votre cybercafé offre-t-il d'autres services ?

Téléphone ☐ Fax ☐ Photocopie ☐ Scanner ☐

Impression ☐

19) Selon vous quels sont les sites les plus visités ?

.....
.....

20) Le cybercafé fonctionne t-il tous les jours ?

Oui ☐

Non ☐

21) A quelle heure ouvre-t-il ?

.....
.....

22) A quelle heure ferme-t-il ?

.....

23) A combien s'élève la tarification ?

300 250

24) Combien de personnes recevez-vous en moyenne par jour ?

20 40 50

25) Y a-t-il profit ou perte à votre niveau ?

Oui Non

Pourquoi ?.....

26) A quelle période les clients sont plus nombreux ?

.....

.....

27) Quelle catégorie socioprofessionnelle fréquente le plus le cybercafé ?

Elève Etudiant Travailleur

28) Quel genre de personne fréquente le plus le cybercafé ?

Homme Femme

29) Quelle est la moyenne d'âge de vos clients ?

15-25 25-30 30 et plus

30) Les enfants de plus de 10 ans viennent-ils au cybercafé ?

Régulièrement Souvent Rarement

31) Selon vous, pourquoi les jeunes de Grand-Dakar fréquentent-ils les cybercafés ?

.....

.....

.....

FILY CAMARA

Etudiante en Maîtrise de Sociologie
Université Cheikh Anta Diop de Dakar

QUESTIONNAIRE POUR LES CLIENTS

THEME : « La fréquentation des cybercafés par les jeunes de Grand-Dakar »

I. Identification

1) Age.....

2) Sexe

3) Adresse.....

4) Niveau d'étude

BFEM ☐ BAC ☐ BAC +2 ☐ BAC +4 ☐ Autres ☐

5) Profession :.....

II. L'assiduité du client à la fréquentation du cybercafé

6) Depuis combien de temps fréquentez-vous le cybercafé ?

Longtemps ☐ peu de temps ☐ tout récemment ☐

7) Qu'est-ce qui vous pousse à fréquenter le cybercafé ?

Activité professionnelle ☐ Besoin personnel ☐

Divertissement ☐ Autres ☐

8) Quels sont les sites que vous visitez le plus ?

.....

.....

10) En quoi consistent-ils ?

.....

.....

11) Fréquentez-vous le cybercafé :

Régulièrement ☐ souvent ☐ Rarement ☐

12) Combien de temps restez-vous connecter ?

1H ☐ 2H ☐ 3H ☐ Plus ☐

13) A part le cybercafé, avez-vous d'autres moyens de vous connecter à Internet ?

Oui ☐ Non ☐

14) Si non, pourquoi ?

.....
.....

III. Les moyens financiers du client

15) A combien s'élève la tarification par heure ?

500 ☐ 400 ☐ 300 ☐ 250 ☐

16) Qu'en pensez-vous ?

Cher ☐ Moyen ☐ Raisonnable ☐

17) De façon globale, quel budget consacrez-vous au cybercafé ?

.....
.....

18) Votre revenu vous le permet-il ?

Oui ☐ Non ☐

IV. L'opinion des clients sur les cybercafés de Grand-Dakar

19) Que pensez-vous des cybercafés à Grand-Dakar ?

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

20) Etes-vous satisfait par les cybercafés à Grand-Dakar ?

Oui ☐

Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

21) Selon vous, quel rôle le cybercafé joue-t-il à Grand-Dakar ?

.....

.....

22) Pensez-vous que ça soit une bonne initiative à encourager ?

Oui ☐

Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

23) Pensez-vous qu'il y ait des jeunes qui ne s'intéressent pas au cybercafé ?

Oui ☐

Non ☐

24) Quelles en sont les raisons ?

.....

.....

V. Les loisirs à Grand-Dakar

25) Trouvez-vous d'autres structures de loisirs à Grand Dakar ?

Oui ☐

Non ☐

26) Si Oui, lesquels ?.....

.....

27) Si Non, pourquoi ?.....

.....

28) Déplorez-vous cet état de fait ?

Oui ☐

Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

.....

28) Que suggérez-vous pour y remédier ?

.....

.....

29) Au cas où vous avez d'autres loisirs, quelle place occupe le cybercafé ?

1^{ère} 2^{ème} 3^{ème}

FILY CAMARA

Etudiante en Maîtrise de Sociologie
Université Cheikh Anta Diop de Dakar

GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES GERANTS

I- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication au Sénégal (NTIC).

- 1) Inventaire des NTIC
- 2) Les technologies les plus fréquemment utilisées

II- L'Internet au Sénégal:

- 1) Accueil
- 2) Avantages
- 3) Services disponibles sur Internet

III- Les loisirs à Grand-Dakar :

- 1) Identification des loisirs existant à Grand-Dakar.
- 2) Place des cybercafés par rapport à ces loisirs

IV- Les cybercafés à Grand-Dakar :

- 1) Leur début d'implantation à Grand-Dakar.
- 2) Le comportement des jeunes par rapport aux cybercafés.
- 3) Signification de la fréquentation des cybercafés à Grand-Dakar

V- Les obstacles à la fréquentation des cybercafés à Grand-Dakar :

- 1) Les obstacles socio-économiques.
- 2) Difficultés liées à l'utilisation de l'ordinateur.
- 3) Difficultés liées à l'utilisation de l'Internet.

Les autres points d'accès à Internet de Dakar

- Le cybercafé ICE (International Communication Express), Situé 76 Avenue Georges Pompidou, sur les « Champs Elysées » de Dakar, qui est à la fois fast food, salon de thé, salle de jeux et télécentre polyvalent offrant téléphone, télécopie, photocopie, et connexion à Internet ;
- Point Net, situé rue de Thiong prolongée à deux pas du marché Sandaga, qui est un fournisseur de services qui fait de la téléphonie sur Internet avec Net2Phone, propose la réalisation de page Web, l'hébergement de sites et fait également office de point d'accès Internet en permettant à ses clients d'envoyer de recevoir des messages électroniques ;
- Le centre Internet du Forum francophone des affaires, situé rue Moussé Diop est opérationnel depuis le 11 décembre 1998. Mis en place suite à une décision du sommet de la francophonie de Hanoï, il vise en priorité les opérateurs économiques et a déjà contribué à la formation de 170 PME/PMI ;
- Le cybernaute situé rue Moussé Diop au centre ville ;
- Le cybercafé world Voyage, 45 Avenue Georges Pompidou qui fait également bureau de change et télé-centre ;
- Le Service Informatique (LSI), situé rue de Bayeux au centre ville qui est une société opérant dans le domaine de l'informatique ;
- Communicator situé au Point E près du canal 4, non loin de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar ;
- Le cybercafé de la Pyramide culturelle sénégalaise situé avenue Abdoulaye Fadiga vers le port ;
- Le cyber Business Center, situé au centre ville, 24 Avenue Léopold Sédar Senghor ;

Tableau 7 : Les différentes ASC de Grand-Dakar

Nom de l'ASC	Date de création	Activités
DIANKALAR	-	Culture – Sport – Activités Sociales
ASC ZONE B	1982	Animation culturelle et sportive Volontariat – Assainissement
DIISSO	26 / 04 / 84	Sport–Culture–Activités socio-économiques-Volontariat
KUREL GUI	2001	Culture – Sport – Activités Sociales
BOKK KHALAT	-	Culture – Sport – Activités Sociales

Tableau 8 : Les principales organisations de développement
communautaire de Grand-Dakar

Nom de l'organisation	Date de création	Forme juridique	Nombre de membres	Secteurs d'intervention / Activités
Réseau Action Communautaire de Grand-Dakar	2001	Association	illimité	Santé, environnement, IEC, éducation, formation, sécurité, culture, sport, social, concertation locale.
Yaayi Xaleyyi	Juillet 2002	Association	20	Protection enfance, lutte contre la délinquance, promotion de la femme et de l'enfant, santé, PEV.
Dabakh Malick	1998	GIE	40	Nettoisement, commerce, gestion de projets
Regroupement des artisans de Grand-Dakar	1986	Association	37	Recherche de financement pour ses membres, défense des intérêts matériels et moraux des artisans, formation des apprentis et d'ouvriers qualifiés.
And Ligguey/ Handicapés de Grand-Dakar	Novembre 2001	GIE	60	Activités génératrices de revenus
And Deffar Taïba Grand-Dakar	12/01/2002	Association	11	Assainissement, reboisement, suivi et entretien du cadre de vie, aviculture.
AJED / Cerf Volant	25/09/2002	Association	250	Formation, reboisement, santé MST SIDA, assainissement, social.
Siggi Club de Grand-Dakar	17/11/2001	Association	130	Développement communautaire, éducation culturelle et artistique
Beugue Dimbali Sa Wadiour		GIE		
Dan Gnak		Association		
Wa Niakk Jariño		Association		
Feké Feth		GPF		

