



HAL
open science

La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions publiques africaines. : L'expérience gabonaise

Marina Matsanga Nziengui

► **To cite this version:**

Marina Matsanga Nziengui. La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions publiques africaines. : L'expérience gabonaise. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes, 2018. Français. NNT : 2018GREAL033 . tel-02067694

HAL Id: tel-02067694

<https://theses.hal.science/tel-02067694v1>

Submitted on 14 Mar 2019

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

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

THESE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTE UNIVERSITE GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'information et de la communication**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par **Marina MATSANGA NZIENGUI**

Thèse dirigée par **Benoît LAFON, université Grenoble-Alpes**

préparée au sein du **Groupe de Recherches Sur les Enjeux de la
Communication** dans l'**École Doctorale Langues Littérature et
Sciences Humaines**

La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions publiques africaines. L'expérience gabonaise

The Production and Broadcast of Culture on African Public TV Channels. The Gabonese experience

Thèse soutenue publiquement le **11 décembre 2018,**

devant le jury composé de :

Bertrand CABEDOCHÉ, Professeur de Sciences de l'Information et de la
Communication, université de Grenoble-Alpes

Marie-France CHAMBAT-HOUILLON, Maîtres de conférences HDR en Sciences
de l'Information et de la Communication, université Paris 3 (rapporteure)

Benoît LAFON, Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication,
université de Grenoble-Alpes (directeur de thèse)

Bernard MIEGE, Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication,
université de Grenoble-Alpes

Rémy RIEFFEL, Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication,
université Paris 2 (rapporteur et président du jury)

Virginie SPIES, Maîtres de conférences en Sciences de l'Information et de la
Communication, université d'Avignon et des Pays de Vaucluse



SOMMAIRE

Exergue	9
Dédicaces	10
Remerciements	11
Liste des abréviations, des sigles et des acronymes	13
Avant-propos	14
INTRODUCTION GENERALE	15
PREMIERE PARTIE : Culture et Télévision publique gabonaise.	
Approches et conceptions de la culture et	
de la culture télévisuelle au Gabon	
Introduction première partie	34
Chapitre I. Approche communicationnelle de la culture au Gabon	36
1.1. La notion de culture dans quelques sciences humaines et sociales	37
1.2. La culture selon quelques auteurs et universitaires gabonais	43
1.3. Une « culture nationale » Gabonaise : points de vue officiels et historiographies	46

1.4. Conceptions actuelles de la culture par les professionnels du domaine	48
1.5. Définitions de la culture selon quelques acteurs médiatiques du Gabon	49
1.6. Définitions de la culture selon quelques Hommes politiques et personnalités publiques	51
1.7. Les pratiques culturelles des Gabonais	54
Chapitre II. Approche(s) de la culture télévisuelle en Sciences de l'Information et de la Communication et chez les professionnels des médias	64
2.1. Querelles de paradigme et de perceptions autour la culture à la télévision	64
2.2. L'émission culturelle	70
Chapitre III. Les télévisions publiques et leurs rapports aux sociétés, aux politiques et à la culture	73
3.1. Télévision, société et information	73
3.2. Télévision publique et politique	75
3.3. La télévision nationale gabonaise : histoire, institutions et cadre juridique	78
3.4. Le Conseil National de la Communication et le service public culturel	89
3.5. L'organisation administrative de Gabon télévision	91
Chapitre IV. La programmation à Gabon Télévision : stratégie ou « pilotage à vue » ?	94

4.1. Programme et programmation : approches définitionnelles en SIC	94
4.2. Les différents types de programmes	95
4.3. Du programme à la programmation : les enjeux des contenus télévisés	96
4.4. La programmation au sein de Gabon Télévision	104
Chapitre V. La place de la culture à Gabon Télévision	107
5.1. Méthodologie de l'analyse de contenu	109
5.2. Analyse des grilles de programmes	110
5.3. Catégorisations	114
5.4. Analyse interprétative	121
5.5. Classification des émissions culturelles et grille d'analyse de programmation	126
Conclusion Première partie	137

**DEUXIEME PARTIE : Téléspectateurs et culture. Une approche
statistique et ethnographique des publics
Gabonais**

Introduction deuxième partie	144
------------------------------------	-----

**Chapitre VI. « Conditions de réalisation d'une enquête itinérante
à travers le Gabon ».....**

6.1. Le Gabon en quelques images	147
--	-----

6.2. Une enquête en immersion au cœur du Gabon profond	174
6.3. Gabon Télévision, un média du service public gabonais ?	180
6.4. L'enquête : présupposés et stratégie de la recherche	189

Chapitre VII. Les Gabonais face à Gabon Télévision : Résultats globaux de l'enquête **204**

7.1. Les données statistiques des fiches complètement renseignées	204
7.2. Les données statistiques des formulaires d'enquête partiellement renseignés	224
7.3. Approche globale des populations enquêtées : des téléspectateurs assez critiques et exigeants	237
7.4. Evaluation de la chaîne	265

Conclusion deuxième partie	269
----------------------------------	-----

TROISIEME PARTIE : Les paradoxes de la culture à la télévision gabonaise. Approche socio-sémiotique

Introduction troisième partie	273
-------------------------------------	-----

Chapitre VIII. Les émissions culturelles et les publics : l'émergence d'un écart pragmatique..... **277**

8.1. La réception de Gabon Télévision par ses publics : enjeux et problématiques	278
8.2. Approche sémio-pragmatique des émissions culturelles. Le cas <i>Agora</i>	290
8.3. <i>Agora</i> , une émission de débat qui « diffuse » la culture ?	298

8.4. <i>Agora</i> : une émission omniprésente du PAG	310
Chapitre IX. Une communication « préoccupée »	332
9.1. La communication « préoccupée » : essai de définition	332
9.2. Les langages inconciliables et la Babel de la concorde	335
9.3. Les publics et la communication « préoccupée »	335
9.4. La « compétence communicationnelle » et la logique de production textuelle	342
9.5. Le JT : une réunion invisible qui fait l'unanimité	346
Chapitre X. Gabon Télévision, son public et les téléspectateurs	361
10.1. Les publics à la recherche des contenus culturels	363
10.2. Le public révélé par l'enquête de terrain	379
10.3. « A la recherche » des publics perdus : Gabon Télévision et la « communication préoccupée »	389
Conclusion Troisième partie	398
CONCLUSION GENERALE	403

BIBLIOGRAPHIE GENERALE	426
INDEX	445
TABLE DES MATIERES	472

Exergue

La visibilité du domaine de la communication se manifeste par des techniques, des formations professionnelles et des disciplines universitaires. Aucune institution politique, administrative, éducative, aucune activité collective ne peuvent se soustraire aux techniques de communication (mise en relation, faire savoir, relations publiques) et aux processus de construction de son identité culturelle. Ce phénomène en expansion qui se manifeste par des dispositifs diversifiés, n'est pas le simple résultat du développement des techniques numériques de la communication, il est aussi le fait d'une nécessité de légitimation de plus en plus forte des institutions auprès des publics, de plus en plus segmentés. Les transformations profondes qui affectent l'ensemble des médiations entre, d'une part, les institutions, politiques, sociales et culturelles et, d'autre part, les citoyens ne sont pas étrangères à la prolifération des communications institutionnelles. Dans le même temps, ces mêmes institutions sont contraintes pour les mêmes raisons de rendre cohérentes leurs identités et les images qu'elles cherchent à diffuser. Et c'est à travers le processus de construction d'une culture singulière que cette cohérence peut se manifester.

Jean Caune, *Culture et communication. Convergences théoriques et lieux de médiation*, Presses universitaires de Grenoble, 2006 (2^e édition), p. 6-7.

Dédicaces

A

Emma et Antoine Nziengui pour l'enfant que j'ai été,

GBM pour la femme que je deviens à présent,

Emma Wits pour la maman que je suis et pour toujours.

Remerciements

Je remercie mon directeur de thèse, Benoît Lafon, pour son encadrement, son soutien, ses encouragements, ses corrections et critiques objectives tout au long de ces années de recherche. J'espère que j'encadrerai mes futurs étudiants de la même façon.

Mes remerciements vont également à l'endroit des membres du laboratoire (GRESEC), Isabelle Paillart, Bertrand Cabedoche, Maria Holubowicz, Caroline Angé, avec une pensée particulière pour Razika Hammache.

A mes collègues doctorants et Frères d'Armes : Marcy D. Ovoundaga, Jonas Ndeke, Oswald Mihindou, Matthieu Meynet pour nos nombreux débats controversés sur les questions méthodologiques et épistémologiques ; Delcia Mboumba, Riva M'Boumba, Simon Ngonu, Fulbert Fofack, Coura Touré, Violaine Delesalle, Sarah Rakotoiri, Guylaine Gueraud-Pinet, Philippine Clot, Alfred Minang, Clément Soalla, Gaëlle Boutolini et Patricia Bouanga pour cette étape traversée ensemble.

Aux universitaires Georice Berthin Madébé, Camille Roger Abolou, Joseph Tonda, Daniel Franck Idiata, Serge Théophile Balima, Noah Mbédé, Arnaud Richard, Alphonse Tonyè, Médard Obiang Ebanéga, aux enseignants Emmanuel Thierry Koumba, Arthur Sabi Djaboudi.

Je remercie ces personnes qui ont participé aux entretiens, notamment tous les professionnels de Gabon Télévision, particulièrement Mathieu Koumba, Marcel Sauthon, Bruno Bekale, Edgard Kaba, Lynda Gnoumba, Christian Olele, Thierryl Mbina, Alain Richard Nzamba N., Alain D. Oyoué, Fernand Lepoko, Melchy Obiang, Marc Ona Essangui. Je ne saurais oublier les multiples visages inconnus mais accueillants qui m'ont reçue avec bienveillance et attention dans tous les villages enquêtés, sur l'axe Libreville-Bifoun-Ndjolé-Bifoun-Mayumba.

Ce travail n'aurait pu aboutir sans l'aide précieuse de mes interlocuteurs, le temps qu'ils ont consacré à mes préoccupations et la confiance qu'ils m'ont témoignée en discutant constamment avec moi : Roland Lama, Filippo M.P., Ballou Kanta, Ida Alix Mussavu, Bibi Bignoumba, Aïsse Massounga, Mike Doussengui, Griffin Ondo, Leticia Biyoghe, Ildevert Mabilia, Winnie Losseni, Audrey Moulili, Darwin Moussinga, Naëlle Koundi,

Antide Ndzangan, Alicia Angone, Mague Ben, Gaëtan Rebouka, Lynda Mbourou, Aubin Mouanga, Moïse Mbiye, Marcelo Tunasi et le couple Nguimba.

A mes frères et sœurs les Nzienguistes, Christopher, Stephene, Manu, Brenda, Christ, Esther, Grace, Marc, Divine, Benji, Edo, Vanessa, Lohan, Chriss et Charles-Damien j'adresse ce travail, symbole de notre vision, celle de tous nous frayer un chemin honorable par les voies justes, que nous offre ce destin commun, celui d'être nés aussi nombreux de la même mère et du même père.

A mon oncle Dr Ulrich Mavoungou, pour l'affection, le soutien inconditionnel et les nombreux conseils.

A Pa JP Manfoumbi, Dina Agnès, Ma Vicky, Feue Yvette I., feue Mamie Bignoumba Marianne, papi J.F. Ikouara Nziengui, Emeline, Greg Bonnaud, Eric, Giles, Pierre Boulé, Achille, Serges, Alberto, Christian, Tsongui, Christ, Romaric, Donald Bibalou, Imelda, Grazelia, Simplicie, Barry, Jesseldave, Thaval, Stael, Tony, Jordan et Junel Ibouanga, Aimercy Bissagou, Nancy Lipila, Nadine Massounga, Marie-Julie, parce qu'un jour vous avez été là pour moi.

Enfin à Antoine Agbepa (Mopao quadra), Cheik Oumar Sissoko, Idrissa Ouédraogo, , Pierre-Claver Akendengue, Jean-Christian Makay ma Mboumb (Makjoss le baobab), Prince Martin Rompavet (Kiyombo), Oliver Ngoma (Noli), Annie-Flore Batchielily's, Matamba Kombila, Noraogo Sawadogo, Hervé Gola (le padre), Fally Ipupa Nsimba (le King), Céléo Scram, , Franck Baponga, Donzer, Shan'l la kinda et Créole dont les discussions, les films et les mélodies ont servi d'appui à l'analyse de ce travail.

Aux cinéastes gabonais et à tous les acteurs médiatiques et culturels Africains.

Liste des abréviations, des sigles et des acronymes

CENACI : Centre National de Cinéma

CENAREST : Centre National de la Recherche Scientifique et Technologique.

CNC : Conseil National de la Communication

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

GT : Gabon Télévision

IGIS : Institut de l'Image et du Son

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

PAG : Paysage audiovisuel gabonais

PDG : Parti Démocratique Gabonais

PSGE : Plan Stratégique Gabon Emergent

RGPL : Recensement Général de la Population et du Logement

RTG : Radiodiffusion et Télévision Gabonaise

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

Avant-propos

Aller au-delà de la passion, se cultiver...

Mon intérêt pour la culture remonte à mon enfance. A l'âge de cinq ans, j'aimais déjà les spectacles, la musique (Rumba africaine, slows français, etc.), les chants et danses folkloriques des soirs autour du feu au village Nanga. Adolescente, j'avais un penchant pour le cinéma (gabonais et étranger) et les représentations théâtrales du lycée. Arrivée à l'université, j'ai été fascinée par la littérature qui m'a valu mon inscription au département des lettres modernes et par la suite, une attraction pour la télévision où je me suis lancée dans l'animation et la présentation d'émissions. Une fois ma licence obtenue, le monde de la communication aura finalement raison de moi. En effet, je me suis inscrite en master en SIC.

L'occasion m'est enfin donnée de concilier passion, apprentissage et recherche. J'ai alors choisi de faire un mémoire axé sur le rapport entre la culture et la télévision publique gabonaise, en m'appuyant essentiellement sur une émission : *Agora*.

Au sortir de ce travail sont apparus de nombreux doutes et questionnements de l'ordre de la curiosité, suscités en grande partie par les débats « houleux » tenus lors de la soutenance de mémoire.

De 2015 à 2017, du début de cette recherche à la rédaction de ce travail : la compréhension de la notion de culture suscite toujours des préoccupations tous azimuts, surtout lorsqu'il s'agit de son lien avec l'outil télévisuel.

INTRODUCTION GENERALE

La plupart des médias africains ont été créés vers la fin de la colonisation, au début des indépendances. C'est le cas de la Radio nationale du Gabon qui vit le jour le 28 novembre 1959. André Jean Tudesq, nous informe d'ailleurs que « Brazzaville a été la première capitale de l'Afrique francophone à disposer de la télévision. [...] La télévision congolaise démarra en novembre 1962 avec une diffusion de 3 heures par jours, trois fois par semaine »¹. Dans le même élan, Tidiane Diop, dans son ouvrage *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone des origines à nos jours*², décrit de façon plus explicite (surtout du point de vue des dates), le contexte de création des différentes chaînes de télévision dans ce continent. Ainsi, le Gabon disposa-t-il de sa chaîne nationale en mai 1963³.

Enjeux : communication, médias et culture

La création d'outils de communication dans les nouvelles Républiques semblait répondre à des besoins purement politiques. En ce qui concerne le Gabon, les propos tenus par le Président Léon Mba, lors de l'inauguration officielle de la chaîne étaient clairs : « Maintenant, je pourrai m'adresser à tous les Gabonais et les Gabonais entendront ma voix, comme si j'étais devant eux, dans leur maison... »⁴. C'est donc dans ce cadre que les autorités étatiques confièrent aux chaînes nationales les missions de service public que sont : « informer, éduquer et distraire ». Lors du programme inaugural du 09 mai 1963, le Président de la République Gabonaise, Léon Mba,

¹ André Jean Tudesq, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Editions Champ vallon, Paris, 1992, p. 38.

² Tidiane Diop, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Editions Karthala, 2009, 238p.

³ *Op. cit.*, p. 119, (la Côte d'Ivoire, en août 1963, le Burkina Faso, en 1963, la République Démocratique du Congo, en novembre 1966, le Sénégal, en août 1972, le Bénin, en octobre 1972, du Togo en juillet 1973, la Centrafrique, en décembre 1973, la Guinée (Conakry), en mai 1977, le Niger, en juillet 1978, le Burundi, en 1982, le Mali, en septembre 1983, la Mauritanie, en 1984, le Cameroun, en décembre 1985, le Tchad, en décembre 1987 et le Rwanda en décembre 1992). Cf. Tome II, annexe 2, p. 499-501.

⁴ Cf. Tome II, annexe 1, p. 496-497.

exprimait cette idée en ces termes : « La télévision ne sera pas pour nous un simple moyen de distraction, elle sera un moyen efficace d'éducation et d'information »⁵.

A ses débuts, la télévision gabonaise bénéficie d'un encadrement technique français. Les closes de cet encadrement sont inscrites dans les textes officiels de convention et de coopération dans le domaine de la télévision entre le gouvernement français et le gouvernement gabonais ainsi qu'il suit : « le Gouvernement français habilité de l'Office de Coopération Radiophonique à apporter son assistance au Gouvernement du Gabon pour le fonctionnement de sa télévision nationale dans le domaine des études, de la formation de personnel qualifié, de la fourniture de personnel d'assistance technique et de programmes »⁶. Dans le même temps, des Gabonais vont se former dans les instituts et grandes écoles français de l'audiovisuel comme l'Institut National de l'Audiovisuel, l'Ecole Internationale de Bordeaux et l'ORTF. Plus tard, la formation des techniciens gabonais, en radio et télévision se fera dans les institutions spécialisées d'Afrique à l'exemple de l'Ecole Supérieure des Sciences de l'Information de Yaoundé⁷. Au reste, cette politique de formation s'est poursuivie au cours de plusieurs décennies, d'abord dans divers pays européens (en France pour la plupart des journalistes et techniciens), en Amérique du nord (Etats-Unis, Canada). Ensuite, ce n'est que vers les années quatre-vingt que la diversification des établissements de formation s'est affirmée, notamment avec le recours aux instituts et grandes écoles de formations en journalisme des Etats africains : outre le Cameroun, se sont ajoutés le Sénégal, le Niger, le Tchad, la Côte d'Ivoire, etc. Faut-il trouver là la justification de la diversification de l'offre médiatique gabonaise ? Toujours est-il que les conséquences pratiques de ces vagues de formation en matière journalistique sont observables. Sous le régime du parti unique, on a vu progressivement augmenter le nombre de diffuseurs de contenus radiophoniques et télévisuels. En termes de chaînes publiques, il y a eu, chronologiquement, la création de la Radiotélévision Gabonaise chaîne 2, installée au sein même de la Présidence de la

⁵ Cf. Site <http://gabonautrefois.blogspot.fr/2010/09/lhistoire-de-la-rtg.html?m=1>. Consulté en juin 2015.

⁶ Journal officiel du 30 juillet 1960, Décret n°60-757 du 29 juillet 1960 portant approbation des accords particuliers signés le 15 juillet 1960 entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République gabonaise.

⁷ Cf. « Les enjeux de la communication », préface de Georice Berthin Madébé, in Madébé Georice Berthin (dir), *Les enjeux de la communication. NTIC, médias, démocratie et relations publiques au Gabon*. PUG, Libreville, 2013, p. 12.

République Gabonaise ; ce qui en a fait une chaîne d'intérêt politique de premier plan. Puis la création d'Africa numéro 1, la chaîne panafricaine indépendante jusque dans les années 1990. Il y a aussi eu la création de Téléafrika, une chaîne privée, certes, puisque créée par la famille présidentielle, mais dont l'offre de contenu et la ligne éditoriale sont calquées sur celles des chaînes du service public. Les chaînes de télévisions dites privées quant à elles se sont démultipliées, notamment depuis l'ère du pluralisme politique sous laquelle chaque homme politique ou tout citoyen qui en a les moyens a pu s'offrir sa chaîne pour poursuivre des objectifs privés, souvent en relation avec l'échiquier politique. C'est ainsi que le rapport des états généraux de la communication au Gabon, pose que : «dans le secteur privé, la majorité des stations de télévision et de radio est proche des politiques »⁸. Il va sans dire que les nominations des responsables des médias tiennent compte de leur engagement politique. De ce fait les chaînes de télévision privées TV+ et RTN sont estampillées « chaînes de l'opposition ».

Aujourd'hui, le secteur audiovisuel public gabonais est en plein essor, mais aussi en pleine restructuration, surtout pour ce qui concerne les chaînes du service public. En réalité, cette restructuration remonte à plusieurs années car elle est devenue l'objet d'une préoccupation permanente des hommes des médias gabonais. En effet, c'est dans ce cadre qu'un arrêté ministériel fut diffusé, précisément en 2006. Il stipule, en son article 2, le passage de la Radiotélévision Gabonaise chaîne 1 (RTG1), première chaîne nationale gabonaise créée en 1963, à Gabon Télévision en ces termes : « Il est créé et placé sous la tutelle du Ministère en charge de la communication un établissement public à caractère administratif doté de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion financière dénommé Gabon Télévision »⁹. C'est sur cette nouvelle chaîne que porte notre thèse.

Les réformes et les critiques portées sur la télévision en Europe et partout ailleurs dans le monde sont valables pour le contexte africain, peut-être pas avec la même teneur. En effet, en Europe, il s'agit désormais de télévisions thématiques, de télévisions à la demande, de télévisions connectées, comme le stipulent Jean-Luc Chetrit et François

⁸ Ministère de l'économie numérique de la communication et de la poste, (élaboré avec l'appui de l'Unesco), Rapport états des lieux de la communication au Gabon. Défis et perspectives, Libreville, 2014, p. 20. Un extrait de ce texte est disponible en annexes. Cf. Tome II, annexe 9, p. 559-542.

⁹ Présidence de la République, Ministère de la communication de la poste et de l'économie numérique, Décret n°0725 PR/MCPEN portant création, organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision. Cf. Tome II, annexe 3, p. 503-505.

Druel en ces termes : « Ces quinze dernières années ont été indiscutablement marquées par l'essor d'internet et des technologies associées, changeant radicalement et irrémédiablement les pratiques au quotidien, renversant le pouvoir entre le consommateur et les marques et transformant intrinsèquement l'individu en un média à part entière »¹⁰. En Afrique, en revanche, nous en sommes encore aux chaînes de télévisions publiques et privées et aux différents questionnements sur la liberté d'expression des acteurs médiatiques, leur éthique et déontologie, l'identité des chaînes, leur régulation, leur rapport à la démocratie et surtout aux publics. C'est dans ce contexte que celles-ci doivent faire doublement face à la conquête des espaces de libertés professionnelles et d'expression, en même temps qu'elles doivent répondre à la menace que leur porte les nouveaux médias, et notamment les réseaux sociaux face à des publics décidés à « arracher » leurs libertés confisquées par les pouvoirs en place¹¹. Dans le cadre de cette thèse, même si ces derniers aspects développés sont négligeables, il nous importera d'abord de poser une réflexion profonde des problématiques ci-dessus : la liberté d'expression, l'éthique et la déontologie journalistiques, l'identité des chaînes, la régulation, le rapport médias publics, démocratie et publics pour comprendre et déterminer la place des médias publics dans l'espace communicationnel gabonais.

Problématisation : Quelle « culture » à la télévision ?

Selon Bourdon, une télévision publique est « une institution chargée de mettre en œuvre les missions spécifiques du service public que sont : informer, éduquer et divertir »¹². Pour le cas du Gabon, dès sa création (sous le nom de Radiodiffusion Télévision Gabonaise chaîne 1), la télévision fut dotée d'une tâche bien précise : « informer, éduquer et distraire », comme le relève Tudesq¹³.

Lors de sa réforme de 2006, la RTG est donc devenue Gabon Télévision, ayant à son actif de nouveaux statuts, dont le premier chapitre est consacré aux missions de la chaîne :

¹⁰ Jean-Luc Chetrit, François Druel, *La télévision est morte...Vive ma télévision !*, Paris, Editions SW Télémaque, 2014, p. 5.

¹¹ Noël Bertrand Boundzanga, *Gabon, une démocratie meurtrière*, Paris, L'Harmattan, 2016.

¹² Jérôme Bourdon, *Du service public à la télé réalité, une histoire culturelle des télévisions européennes 1950-2010*, Paris, Editions INA, 2011.

¹³ André Jean Tudesq, *L'Afrique Noire et ses télévisions*, Paris, Anthropos Economica, 1992.

Encadré n° 1 : Journal officiel de la République¹⁴

Article 4 : Gabon Télévision est chargée de la production de la programmation des émissions du service public.

Article 5 : Gabon Télévision a pour mission fondamentale de contribuer à la mise en œuvre des politiques en matière de télévision.

A ce titre, elle est notamment chargée :

- de répondre aux besoins et aspirations de la population en matière d'information, de communication, de culture, d'éducation et divertissement ;
- d'assurer l'accès de tous les citoyens à la télévision ;
- d'œuvrer à la sauvegarde des valeurs morales, culturelles et patriotiques de la société gabonaise ;
- concevoir, réaliser et diffuser des programmes de télévision ;
- de respecter la pluralité d'expression.

Les articles 4 et 5 du *Journal officiel de la République gabonaise* nous renseignent sur le fait que la production et la diffusion de la culture relèvent bien des différentes missions assignées à la chaîne publique nationale. La question qui surgit tout de suite est celle de savoir ce que l'Etat qui fixe le cahier des charges et des missions de cette chaîne publique met comme contenu dans le vocable « *culture* ». Autrement dit, Quelle culture Gabon Télévision est-elle chargée de produire et de diffuser ?

Il est donc nécessaire de savoir comment l'Etat gabonais, par le biais de Gabon télévision, définit la culture nationale et oriente sa construction télévisuelle via les programmes culturels de sa première chaîne de service public. Pour ce faire, il faudrait probablement souligner que les valeurs culturelles se reconnaissent dans une certaine mesure aux normes, aux institutions, aux rites et aux coutumes d'un peuple. D'où le questionnement suivant :

- La perception qu'a l'Etat gabonais de la culture répond-elle aux attentes et aspirations du public gabonais et cela transparaît-il dans le cahier de charges de Gabon Télévision ?

¹⁴ *Journal officiel de la République*, Décret n° 0725 PR/MCPEN portant Création, Organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision. Cf. Tome II, annexe 3, *op. cit.*, p. 502-503.

- Où trouve-t-on la « culture » et de quel type, dans la programmation de Gabon Télévision ?
- Gabon Télévision remplit-elle ses missions de service public (entendu en matière de culture) ?
- En un mot, qu'appelle-t-on « émission culturelle » à Gabon télévision, du point de vue des pouvoirs publics et de celui des publics ?
- Quelle place/volume horaire la chaîne publique accorde-t-elle à la « culture » dans sa programmation ?
- Comment cette « culture » s'expose-t-elle et se lit-elle à l'antenne ?

Cet ensemble d'interrogations ouvre notre problématique sur une question plus générale qui la transcende et qui est fortement liée à une autre problématique : celle de la « médiation culturelle » traitée par Jean Caune¹⁵.

Si nous ne prétendons pas inscrire notre thèse dans la démarche théorique de la médiation culturelle consistant à « comprendre la diffusion des formes langagières ou symboliques, dans l'espace et le temps, qui produisent une signification partagée dans une communauté »¹⁶, nous ne pourrions cependant faire l'économie d'une théorisation de la culture pour, à notre tour comprendre quelle culture produit et diffuse Gabon télévision. Mais aussi pour savoir si cette culture est en phase avec les attentes et les besoins du téléspectateur. En effet, du point de vue de la médiation culturelle, la culture n'est pas seulement un sujet de définitions diverses. Elle se configure dans un triptyque formé par un espace d'expériences communes ou individuelles qui est l'espace communautaire ou national, l'Etat et la perception qu'il donne de la culture et les acteurs producteurs et diffuseurs de la culture dans un cadre soutenu par des pratiques communicationnelles autour de la consommation des biens culturels.

C'est dans cette perspective que le chercheur pose la question centrale du « *vivre-ensemble* » comme une problématique culturellement déterminée si tant est que l'action politique doit prescrire ce qui relève de la culture ou pas, et que les institutions diverses dont la télévision sont amenées à légitimer ou pas. Ainsi, grâce à cette expérience individuelle et collective, la médiation met au cœur de son intelligence théorique la

¹⁵ Jean Caune, *La médiation culturelle. Expérience et construction du vivre-ensemble*, Grenoble, PUG, 2017.

¹⁶ *Op. cit.*, p. 17.

question sensible de la construction identitaire comme une question éminemment culturelle par le biais de laquelle agit la télévision.

Comme support ou vecteur de la culture, la télévision joue donc un rôle décisif. Mais à condition que dans ce cadre, elle tienne compte de cet *autre* dont elle doit problématiser l'existence et anticiper la conscience : le téléspectateur. Elle doit se le représenter, le réfléchir pour bâtir des discours télévisuels au centre duquel cet autre se présente comme l'enjeu véritable des énoncés télévisuels et sans lequel la production de ces énoncés tombent sous le coup de l'« irresponsabilité ». Jean Caune écrit : « L'énonciation en appelle à la responsabilité de l'autre, l'engage à réagir. Dans le phénomène de l'énonciation télévisuelle il faut introduire l'autre, le spectateur, sans lequel l'émission n'existerait que comme phénomène sociologique »¹⁷. La médiation culturelle propose ainsi trois niveaux de réflexion nécessaire à la compréhension de la place affectée à la culture en tant qu'objet de communication. Il y a le niveau théorique, celui de la production des concepts et théories capables d'imposer une logique épistémologique à travers laquelle l'analyse cohérente des phénomènes de médiation culturelle devient possible. Ensuite vient le niveau de l'organisation, de la production et de la diffusion de la culture impliquant plusieurs dimensions : la dimension juridique et légale liée à l'appréhension politique de la culture, appréhension à partir de laquelle d'autres institutions se chargent de la produire et de la diffuser dans un cadre institutionnalisé ou idéologique, à travers des « *représentations* ». Enfin, intervient l'expérience sociale, celle des interactions entre les institutions, les acteurs et les publics : ce niveau est celui des modes d'expression symbolique de la culture, de son appropriation à travers des expériences collectives ou individuelles. C'est également le niveau de son « *expérience esthétique* » grâce à laquelle la culture structure le « *vivre-ensemble* ». Dans cette perspective, Gabon Télévision, en tant que dispositif de communication séculier et propriété de l'Etat gabonais qui se trouve au cœur d'une instrumentation sociologique, en termes de politique publique au bénéfice de la production et de la diffusion de la/des culture/s nationale/s, est par définition capable de contribuer à la promotion de ces cultures. Par conséquent, en tant que chaîne de télévision nationale, elle rendrait même possible la lisibilité des stratégies culturelles conçues au sommet de l'Etat *via* le ministère de la culture et de la promotion artistique.

¹⁷ *Op. cit.*, p. 240.

On part ici de l'idée selon laquelle « La télévision tient, comme l'on dit, une « fonction d'agenda », elle détermine alors les questions publiques susceptibles d'être posées. Agenda privé et agenda public convergent, et la télévision nous dit moins ce qu'il faut penser que ce à quoi il faut penser. La télévision n'est pas une image spectaculaire du monde, elle devient un mode de fabrication du monde, tout comme le sont l'art et la science »¹⁸. La médiation culturelle ne peut donc que tenir compte de l'action publique. En effet, « Sur le plan des politiques publiques culturelles, il convient de s'interroger sur les dispositifs de démocratisation culturelle qui font appel à des pratiques de médiation. Celles-ci concernent, d'une part l'accès aux œuvres d'art considérés comme des biens culturels qu'il faut partager et, d'autre part, les modalités de l'exercice d'une démocratie culturelle qui vise à populariser les pratiques d'expression et l'usage des langages artistiques dans une perspective de construction de soi »¹⁹. Jean Caune précise : « Instrument de la convergence souhaitée entre le progrès matériel et l'émancipation de l'individu, l'animation culturelle devrait promouvoir, dans la vie quotidienne, l'usage des nouveaux outils d'expression et de communication afin de construire cette « mémoire » du présent qu'évoque Baudelaire en parlant de modernité »²⁰. La médiation culturelle permet alors de comprendre différemment (de façon sous jacente) notre problématique à travers le jeu des interactions entre les politiques publiques culturelles (dispositif social et juridique), les acteurs privés et publics de production et de diffusion de support de communication et de promotion culturelle et les publics.

Hypothèses

En guise d'hypothèses de travail relatives à la problématique ci-dessus, nous proposons celles qui suivent.

Hypothèse principale

L'offre culturelle télévisuelle de Gabon Télévision ne satisfait ni l'Etat (dont les missions du cahier de charges ne sont pas respectées) et représenté ici par les personnalités interviewées, ni les téléspectateurs (dont les besoins

¹⁸ *Ibidem*, p. 242.

¹⁹ Jean Caune, *La médiation culturelle. Expérience et construction du vivre-ensemble*, op. cit., p. 12.

²⁰ *Idem*, p. 13.

en matière de culture télévisuelle ne sont pas comblés), *bien que* la culture en général, et la culture gabonaise en particulier, soient diffusées à l'antenne.

Hypothèse secondaire 1

Il existe un paradoxe ou une forme de tension entre ce que la chaîne publique entend par culture et la définition que lui donne le public. Dans ce sens les attentes et besoins du public, en termes de contenus culturels, restent insatisfaits, de sorte qu'il se produit une situation d'incompréhension mutuelle entre Gabon Télévision et les téléspectateurs.

Le paradoxe ici peut s'entendre au sens de Watzlawick qui propose d'appeler « paradoxes pragmatiques » de pareils nœuds dans la communication. Ce terme paradoxe a quelques sens faibles : message ou comportement bizarre qui va contre la doxa, c'est-à-dire l'opinion dominante, contradiction en général. Mais une contradiction est une diction contre une autre diction [...] Et nous réservons le terme de paradoxe à une contradiction verticale, non entre deux sujets affrontés, mais entre l'énoncé et l'énonciation qui donnent son relief logique au message, c'est-à-dire entre ce qu'il montre et ce qu'il dit, entre la marge comportementale et le texte verbal, entre les aspects de relation et de contenu du « même » message. Le paradoxe surgit quand le contenu réfute ou se trouve réfuté par les signaux normalement convergents ou périphériques de l'orchestre »²¹. C'est en ce sens que Watzlawick estime que cette définition permet d'exclure immédiatement toutes les formes de « faux paradoxes basés sur une erreur cachée du raisonnement ou du sophisme introduit délibérément dans l'argumentation »²². Ce paradoxe sera mis en évidence notamment dans la troisième partie de cette thèse, lorsqu'il s'agira de décrypter le sens des données statistiques recueillies sur le terrain d'enquête.

²¹ Watzlawick, cité par Daniel Bounoux dans *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Editions La Découverte, Observatoire des politiques culturelles, 1998 (Nouvelle édition), 2001p. 25.

²² Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, Don D. Jackson, *Une logique de communication (Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes, 1967, W.W. Norton & Company, inc. New York)*, Paris Editions du Seuil, 1972 (pour la traduction française), p. 188.

Hypothèse secondaire 2

Les programmes culturels que diffuse la chaîne ne sont pas clairement établis en matière de conception et de programmation, raison pour laquelle l'indice de perception de la culture n'est pas satisfaisant.

Hypothèse secondaire 3

Le positionnement de la chaîne favoriserait une absence de création ou de créativité des hommes des médias, occasionnant un déséquilibre au niveau du respect du contrat médiatique en rapport avec le triptyque du service public (informer, cultiver et divertir).

Mais alors, dans quel cadre théorique comptons-nous travailler et sur quels auteurs et ouvrages pouvons-nous nous appuyer pour illustrer ces hypothèses ?

Cadre de référence théorique

Au Gabon comme partout ailleurs, l'importance des médias s'est affirmée avec prépondérance selon les principes empiriques qu'il s'agit d'interroger pour déterminer objectivement les rapports entretenus entre le PAG (le paysage audiovisuel gabonais) et les récepteurs de l'information (culturelle). Il importe donc de concilier des théories qui relèvent du fonctionnement même des médias et celles qui se réfèrent aux différentes pratiques des publics. De nombreuses études dont les sciences de l'information et de la communication dans une certaine mesure se sont préoccupées d'évaluer les médias de ce point de vue. En tenant compte des travaux existants dans ce domaine, nous avons essayé de nous appuyer sur des théories qui pourraient le mieux permettre la compréhension du fonctionnement de l'outil télévisuel au Gabon. Une compréhension qui est envisageable non seulement du point de vue de la production des contenus médiatiques mais également de leur consommation par les publics gabonais. A ce titre, nous avons constaté que la création de la télévision au Gabon a donné lieu à un ensemble de pratiques de l'ordre de l'imitation occidentale par le transfert des savoirs, des technologies mais surtout des produits médiatiques. Ces transferts accentuent la dépendance vis-à-vis des pays étrangers, ce qui n'est pas très avantageux ni pour l'affirmation (ou le développement) d'une culture nationale ni pour l'établissement d'une économie des médias. C'est ainsi qu'en matière de théories et d'approches sur la

télévision, nous avons retenu dans le cadre de cette recherche quelques théories sociales en rapport avec les sciences de l'information et de la communication et la « sociologie » des médias. Elles sont portées par des politologues, mais surtout des « sociologues de la communication (qui comme Lasswell et Katz développent des méthodologies » sur les effets des médias et seront critiqués plus tard) ; des économistes et dans une moindre mesure des journalistes.

La télévision à la même enseigne que les autres médias de masse a participé de la légitimation des SIC en se constituant objet d'étude. De ce fait, en travaillant sur le rapport de Gabon Télévision aux publics par le biais de la « culture », plusieurs théories doivent être mobilisées au nombre desquelles : les théories de la dépendance, des cultural studies, la sémio-pragmatique, ainsi que la « sociologie » des médias.

La théorie de la dépendance :

Dans un environnement où les différentes structures sont désormais en « lambeaux » comme au Gabon, les médias et notamment la télévision demeurent la grande (et parfois la seule) source d'information, de culture et de divertissement. La théorie de la dépendance pointe le fait que les médias de masse soient érigés au rang de principaux diffuseurs d'informations de tout genre. Cet état de fait favorise une forte imbrication des systèmes politiques, économiques, etc. Cette théorie est portée par Ball-Rokeach et De Fleur. Dans leur ouvrage *Theories of Mass Communication* au sein duquel, ils posent qu'il existe une interdépendance entre les médias et les autres systèmes sociaux, ils estiment que cette interdépendance s'avère ne pas être sans conséquences sur les informations auxquelles sont exposés les publics quotidiennement. Au Gabon, le rapport des états généraux de la communication de 2014 corrobore cette vision des choses. En effet, il y est renseigné qu'« un ensemble de pratiques, solidement ancrées dans le secteur des médias qui fragilisent leur indépendance. »²³ A ce sujet, le chercheur Belge Leo Van Audenhove, dans un article intitulé « Média and démocratisation : a political analysis »²⁴, explique comment tous les médias de l'époque sont subordonnés au régime Bongo. Et que les différents directeurs de ces institutions sont nommés en fonction de leur engagement politique au sein du parti au pouvoir (PDG). En d'autres

²³ Ministère de l'économie numérique, de la communication et de la poste, *Etats des lieux de la communication au Gabon*, Libreville, 2014, p. 20.

²⁴ Leo Van Audenhove, « Media and democratization : a political analysis », in *Communication*, volume 22, 1996, p. 55-66.

termes, n'ayant des comptes à rendre qu'au président de la république et au ministre de la communication, lesdits directeurs des chaînes passent en revue ce que les journalistes prévoient de diffuser à l'antenne. Compte tenu de cela, Tidiane Diop avance que c'est par la télévision que les pouvoirs politiques informent, distraient, éduquent. « C'est aussi par la télévision qu'ils dissimulent, briment, exercent une violence symbolique, *in fine*, assurent un contrôle « idéologique » sur leurs populations »²⁵.

Ce type de pratiques remet en cause les notions d'objectivité et de véracité des informations véhiculées par les médias.

A côté de cette théorie qui démontre l'influence des réseaux politiques et économiques sur la production des contenus médiatiques (culturels), il ya celles qui relèvent d'une analyse sémio-pragmatique du contenu télévisuel. Et enfin des usages et de la réception des programmes médiatiques par les publics.

- *L'approche sémio-pragmatique :*

Cet ancrage théorique proposé par Roger Odin, dans *Les espaces de communication*, permet d'envisager la communication médiatisée sous trois angles. Le premier est celui qu'offre l'émetteur (E), le second, celui du Texte (T) et le troisième offert par le récepteur (R). Pour cet auteur, les institutions par leur caractère contraignant, pèsent à la fois sur les instances productrices et sur les récepteurs des messages et les conditionnent dans la production d'un sens plutôt qu'un autre. En formulant l'hypothèse de l'existence d'une « non-communication », il prône l'idée selon laquelle, il existe une sorte de clôture entre « l'espace d'émission » et « l'espace de réception » ; car le sens n'émane exclusivement ni du texte ni de ces deux espaces précités. Cette théorie nous a le plus simplement possible permis de comprendre l'aporie ou le paradoxe qui fait que la chaîne de télévision étudiée et ses publics ne perçoivent pas la notion de « culture » diffusée à l'antenne de la même manière.

- *La théorie de la réception :*

²⁵ Tidiane Diop, « Rapports de force et jeux de pouvoirs autour de la télévision en Afrique noire francophone », in *Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne. Représentations, idéologie et instrumentalisation*, p. 95-104.

S'insurgeant contre la toute-puissance ou le pouvoir des médias dans le processus communicationnel tel qu'envisagé par les chercheurs de l'école de Francfort (Adorno, Horkheimer, Marcuse, etc.), les études de réception se concentrent sur la façon dont les individus s'approprient les contenus médiatiques des médias.

il est donc important de savoir comment les publics gabonais s'approprient l'outil télévisuel qui est le leur, vu que dès le départ, Gabon télévision est créée en tant que média de service public, mais qu'au fil du temps, les missions qui lui étaient assignées ne le sont désormais que de nom au profit du monopole étatique (politique) dont les traces sont perceptibles dans les programmes culturels et autres informations diffusés. Ces théories permettent de mieux cerner les comportements des publics face à l'outil télévisuel en général et aux contenus culturels de la chaîne en particulier.

En nous basant sur des matériaux empiriques, nous proposons de repenser les contours sociaux, politiques, économiques et culturels des processus de réception des programmes culturels.

- ***L'approche culturaliste :***

Nous fondons également notre analyse sur la pensée de Raymond Williams dont les travaux sur les médias développés dans ses ouvrages *Culture and society* (1958), *The Long revolution* (1965) et *Culture & matérialisme* (2009) dénoncent le déterminisme technologique (et économique) assigné à la culture. Autrement dit, pour lui il existe bel et bien un lien entre culture et société. De plus, il estime que : « la culture est ce processus global à travers lequel les significations sont socialement et historiquement construites... »²⁶ Et ce même dans le rapport aux institutions médiatiques telle que la télévision.

Dans le passage consacré au centre de Birmingham, Armand et Michèle Mattelart n'ont pas manqué de souligner l'impact des mouvements sociaux déterminants de ces études, dont le féminisme qui marque encore notre époque. En effet, il nous est apparu important de nous imprégner de l'appropriation de la télévision gabonaise, notamment des programmes médiatiques culturels par la femme au regard des questions que son image suscite dans la société gabonaise.

²⁶ Armand Mattelart, Michèle Mattelart, *Histoires des théories de la communication* Editions, Paris, La Découverte, troisième édition, 2004, p. 57.

En somme, nous avons conclu dans la lignée de Stuart Hall que : « l'audience est à la fois le récepteur et la source du message, car les schémas de production-moment de l'encodage répondent aux images que l'institution télévisuelle se fait de l'audience... »²⁷. Pour ce faire, nous avons complété ces approches par la *sociologie des médias*, inspirée d'une part par Rieffel, portant notamment sur son examen des comportements sociaux par rapport aux institutions étatiques et médiatiques. Selon lui, le public constitue « une communauté interprétative »²⁸ dont les comportements, les aspirations en matière de culture évoluent avec le temps et ses différents rapports dans la société. En ce sens Rieffel écrit : « La sociologie étudiera donc les diverses modalités de production et de réception de l'information, les relations qui s'instaurent entre l'émetteur et le récepteur des messages, l'influence des médias sur la société en s'intéressant plus particulièrement au comportement des différents acteurs qui y interviennent (les journalistes, les hommes politiques, les décideurs économiques, les intellectuels, mais aussi le profane), ainsi qu'à celui des usagers, c'est-à-dire le public... »²⁹. Et d'autre part par Maigret pour qui « Les médias n'apparaissent plus comme le domaine réservé des spécialistes des instruments dits de communication ou des connaisseurs des processus de production et de réception, mais comme un objectif impliquant de surcroît la mise en œuvre de savoirs précis sur le monde social et sur les médiations qu'il veut se donner,... »³⁰. Cette façon de voir les choses nous paraît la plus adaptée, car penser une véritable économie des médias ou des industries culturelles n'est pas encore envisageable pour le Gabon (Gabon télévision est une « administration » et pas une entreprise véritablement médiatique, au sens économique du terme). En termes clairs, l'option critique que nous comptons mettre en œuvre dans notre analyse, en termes méthodologiques, se préoccupera d'étudier les médias du point de vue des comportements de l'Etat, des acteurs médiatiques et des consommateurs de l'information (le peuple, les citoyens, etc.). Seront donc pris en compte aussi bien les points de vue des premiers que ceux des seconds, leurs perceptions respectives ou

²⁷ *Op. cit.*, p. 59.

²⁸ La notion de « communauté interprétative » a été proposée par Stanley Fish dès 1976 dans un article intitulé « Interpreting the "Variorum" ». Elle a été reprise par Tamar Liebes et Elihu Katz (1992) dans leur étude « Six interprétations de la série Dallas » portant sur les interprétations des versions nord-américaine et israélienne de la série Dallas par divers groupes (Américains, Marocains, Arabes, Russes, Kibboutzniks).

²⁹ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses Editions Marketing S.A, 2010 (3^e édition enrichie et actualisée), p. 4.

³⁰ Eric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2015, p. 14.

confrontations cognitives à propos de ce qu'est la médiation ou la médiatisation de la culture, au regard des mutations sociales, mentales, psychologiques et politiques qui affectent profondément le corps social et culturel gabonais. Ces impressions relevées sont dues aux effets de la mondialisation/globalisation de la culture *via* le numérique et les nouveaux médias, et des modes de résistances développés contre l'invasion des cultures locales par des représentations et constructions identitaires déployées dans l'espace communicationnel gabonais à travers les médias publics et privés et internationaux.

Le cadre théorique de notre travail ne pourra prétendre faire le tour des écoles théoriques disponibles sur notre sujet. Il fera l'objet de réajustements nécessaires au fil de la rédaction de la thèse en cas de besoins. Néanmoins, nous en avons tracé les grandes lignes théoriques et méthodologiques sur lesquelles s'appuieront notre raisonnement et l'écriture de notre pensée communicationnelle à propos du média public gabonais Gabon Télévision.

Objectifs

Le but poursuivi par notre thèse est de cerner le système télévisuel public gabonais, précisément la chaîne nationale Gabon télévision et d'évaluer le rapport entre télévision et public (télé spectateurs gabonais) en mettant l'accent sur la diffusion de la culture par ce média.

Méthodologie

Les méthodes et techniques employées pour la rédaction de cette thèse se scindent en deux volets. D'une part, nous avons consacré deux années à préparer une bibliographie d'ouvrages et publications diverses : la communication en tant que champ d'études théoriques. Dans ce cadre, les ouvrages les plus significatifs dans la compréhension et la maîtrise théoriques de notre sujet se découvrent. Il s'agit des ouvrages de Jean Caune (*Culture et communication. Convergences théoriques et lieux de médiation* et *La médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*), Bruno Ollivier (*Les sciences de la communication. Théories et acquis*), Stéphane Olivesi (*Sciences de l'information et de la communication*), Philippe Breton et Serge Proulx

(*L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*), pour ne citer que ceux-là.

D'autre part, nombre d'ouvrages portant sur la communication en tant que théorie appliquée aux objets d'études divers en Afrique et dans le reste du monde nous ont également permis de mieux dissenter sur notre thèse. Parmi ceux, il y a les livres de André Jean Tudesq (*Les médias en Afrique*), Tidiane Dioh (*Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*), d'Arthur Sabi Djaboudi (*Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutations*), Pierre Bourdieu (*Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*), et Monique Sauvage, Isabelle Veyrat-Masson (*Histoire de la télévision française*).

Ensuite, nous nous sommes intéressées aux publications gabonaises portant sur la culture. Dans ce registre, les livres, d'André Raponda-Walker, Roger Sillans (*Rites et croyances des peuples du Gabon*³¹), LUTO DC, (*Revue Patrimoines et dynamiques n°1 « Aux sources de la tradition »*³²), Daniel Franck Idiata (*Le reflet du miroir. Le Gabon face à ses identités*³³) et Luc Ngowet (*Petites misères et grand silence. Culture et élites au Gabon*³⁴)... nous ont permis de comprendre la notion de « culture » qu'on se propose d'étudier et qui est diffusée par les médias publics gabonais. Toutes ces lectures et bien d'autres ouvrages énumérés en bibliographie nous ont permis de réfléchir posément sur notre sujet, mais surtout de le matérialiser à travers une conceptualisation plus intelligible de ses problématiques et hypothèses dont les réponses théoriques sont développées « avec clarté et discernement ». En effet chacun de ses auteurs apporte une appréhension de la culture en rapport avec les médias (notamment la télévision) que nous proposons de croiser afin de nous faire notre propre conception, du moins celle que nous comptons exposer. Dans ce sens, pour vérifier nos hypothèses en particulier, nous avons procédé à des enquêtes de terrain (un peu plus de 500 personnes enquêtées) menées à Libreville et dans le Gabon profond à la rencontre des populations exclues de la modernité criarde de la capitale gabonaise. Cette enquête permet de recueillir des

³¹ André Raponda-Walker, Roger Sillans, *Rites et croyances des peuples du Gabon*, Editions Raponda-Walker, Libreville, 2011.

³² *Revue Patrimoine(s) et dynamique(s) du Laboratoire Universitaire de la Tradition Orale et des Dynamiques Contemporaines (LUTO DC), n°1, « Aux sources de la tradition »*, Co-Editions Raponda-Walker et LUTO DC, Libreville, 2012.

³³ Daniel Franck Idiata, *Le reflet du miroir. Le Gabon face à ses identités*, Libreville, Les Editions du CENAREST, 2016.

³⁴ Luc Ngowet, *Petites misères et grands silences. Culture et élites au Gabon*, Libreville, Editions Raponda Walker, 2001.

données de terrain « exactes » sur la conception de la culture, sa médiatisation et sa consommation. Elle est constituée de questionnaires destinés aux citoyens consommateurs des médias publics nationaux, de plusieurs types d'entretien avec les acteurs médiatiques et personnalités publiques.

Délimitation du sujet

Notre thèse porte sur la production et la diffusion des programmes culturels à la chaîne de télévision publique gabonaise Gabon Télévision. Elle a été réalisée de janvier 2015 à juin 2018.

Le travail est structuré en trois parties. La première s'attèle à définir la notion de culture, tout en établissant ses rapports au média étudié. Elle s'intitule : « Culture et Télévision publique gabonaise. Approche(s) de la culture en sciences humaines et sociales, au Gabon et à la télévision ». Elle s'intéresse par ailleurs aux stratégies de programmation de la chaîne pour comprendre la place qu'elle accorde à la culture dans sa grille. La deuxième partie a parti lié avec l'enquête de terrain menée au Gabon de juillet à août 2016. Nous y dépouillons les données d'enquête réalisée dans les quatre provinces que sont : l'Estuaire, le Moyen-Ogooué, la Ngounié et la Nyanga. Il s'agit d'interroger les populations sur leurs conceptions de la culture en général et de la culture diffusée par la télévision nationale en particulier. Ainsi, nous déduirons que cette culture diffusée est représentative de la diversité culturelle gabonaise. Cette partie s'intitule : « L'enquête de terrain : à la rencontre des téléspectateurs gabonais, approche statistique ». Enfin la troisième partie s'intéresse à la « sociologie » des publics de Gabon Télévision telle que la configure l'analyse des données issues de l'enquête de terrain. Elle consiste à analyser la culture du point de vue des enquêtés (entendu que ces derniers sont parfois contradictoires) au prisme des programmes de la chaîne. Nous l'avons dénommée : « Les paradoxes de la culture à la télévision gabonaise : approche socio-sémiotique ».

PREMIERE PARTIE

Culture et Télévision publique gabonaise.
Approches et conceptions de la culture et de la
culture télévisuelle au Gabon

Introduction première partie

La « *culture* » étant un concept aussi bien philosophique, anthropologique, sociologique que littéraire. Parler de ce dernier en sciences de l'information et de la communication, surtout en ce qui concerne l'outil télévisuel, peut sembler ambigu et parfois paradoxal au regard de sa polysémie.

Cette première partie a pour ambition de concevoir une définition générale de la culture sur laquelle s'appuiera notre réflexion. Aussi tenterons-nous d'appréhender cette notion à travers ce qu'en disent philosophes, sociologues et anthropologues. Nous ne manquerons pas d'y insérer des réflexions de circonstance impliquant des approches plutôt personnelles de la culture telles que vécues ou expérimentées par un corpus de personnes enquêté au Gabon. Cette démarche déterminera un élargissement des définitions données par les chercheurs et autres scientifiques des disciplines sus évoquées. Cette approche complétive intégrera aussi les savoirs produits par les universitaires nationaux. Cette partie offre donc des préliminaires aux développements méthodologiques et théoriques ultérieurs. Elle se déploie sur cinq chapitres. Le premier s'intéresse à « la culture » du point de vue gabonais. Le second rapproche « culture » et « télévision » du point de vue des Sciences de l'Information et de la communication. Un autre chapitre est dédié aux télévisions publiques dans leurs rapports aux sociétés, aux institutions et à la « la culture ». Il portera en même temps un regard parallèle sur le principal média objet de nos recherches : Gabon Télévision. Nous y parlerons de sa naissance, de son cadre juridique ainsi que des conditions de sa régulation. Enfin, les deux derniers chapitres s'intéresseront à la programmation, aux modalités et aux formes de l'expression de la « culture » dans ce service public.

Chapitre I.

Approche communicationnelle de la culture au Gabon

La notion de culture requiert plusieurs assertions, selon que l'on interroge les nombreux champs de recherche en sciences humaines et sociales, et notamment la psychologie sociale, la psychanalyse, la linguistique, l'histoire, l'anthropologie, ou encore l'économie. Lorsque nous parlons de culture, nous avons d'emblée plus d'une orientation qui s'offrent à nous. Le détour par d'autres sciences humaines et sociales que les SIC est nécessaire pour avancer dans notre sujet en ce sens que les différentes définitions de la culture s'avèrent parfois contradictoires. Il est donc crucial de se référer à d'autres sciences pour lever toutes les équivoques qu'elle pourrait entretenir. C'est après ce passage en revue que nous pourrions expliquer comment les SIC s'approprient la notion à leur tour et en constituent un lieu de science légitime et pertinent pour en analyser les contours. Le terme culture renvoie couramment au fait de posséder des connaissances variées qui opèrent une différence entre ceux qui en ont (personnes cultivées) et ceux qui n'en ont pas (personnes incultes). Cette conception simpliste de la culture la laisse apparaître comme quelque chose qu'une personne ou un collectif devrait posséder (ou dont il faudrait hériter). La portée collective de la culture se décèle dans les pratiques culturelles et dans la diffusion des idées dans la sphère publique. Cette dimension de la culture la hisse au cœur de l'organisation sociale. En effet, la

culture c'est l'identité, c'est la vision du monde « die weltanschauung »³⁵. Or parler d'identité, c'est évoquer une appartenance à un territoire (géographie), un parcours dans le temps (histoire), fouiller cette origine (archéologie). C'est aussi faire allusion aux us et coutumes (anthropologie et ethnologie) qui s'expriment par des faits sociaux (sociologie). Ces faits qui sont parfois totaux (pour abonder dans le sens de Marcel Mauss), à l'exemple de la musique et de la langue (musicologie, littérature, linguistique). Et cette vie sociale est encadrée par des lois et règlements (Droit). Mais l'homme est aussi une conscience, un esprit, une âme (psychologie). Tous ces éléments sont soumis à un certain regard critique (épistémologie, philosophie). Tous ces aspects s'articulent autour d'une société politique dont les enjeux de pouvoir pour la gestion de la cité sont constants (sciences politiques). Et les SIC disent cet homme, parlent de ce monde, font part de cette humanité dans ce qu'elle a de divers et de varié. Pour Jean Caune, si la culture est comme nous l'avons souligné, est un fait de société, c'est qu'elle sous-entend une manifestation, une transmission et un vécu par l'individu. C'est dans ce sens qu'elle se constitue en héritage et nécessite et renferme même des processus de perpétuation par les rapports humains et les moyens de communication. Il l'exprime en ces termes : « on comprend alors que la réflexion sur ces deux domaines se nourrisse des apports de la sociologie, de la psychologie, de l'anthropologie culturelle, de la linguistique et bien d'autres disciplines. »³⁶

De ce fait, deux champs de recherches nous interpellent par leurs approches de la culture cadrant avec nos objectifs épistémologiques. Ce sont : la philosophie et la sociologie (ethnologie et anthropologie).

1.1. La notion de culture dans quelques sciences humaines et sociales

1.1.1. Culture et socio-anthropologie

Etymologiquement, le mot culture vient du latin « *colere* » qui signifie « *cultiver* », « *soigner* », qui a ensuite donné *cultura*, signifiant la culture de la terre, de l'esprit, en

³⁵ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicale, philosophie, vue métaphysique du monde, conception globale de la vie, de la condition de l'homme dans le monde. www.cnrtl.fr/weltanschauung, consulté le 22 mai 2018.

³⁶ Jean Caune, *Culture et communication. Convergence et lieux de médiation*, 2e édition, PUG, 2006, p. 12.

un mot le culte ; et enfin la culture. Selon le centre national des ressources textuelles et lexicales, c'est l' « action d'honorer, culte de quelque chose ou quelqu'un »³⁷

En philosophie, la notion de culture ne renvoie pas seulement qu'à l'éducation ni même qu'à l'histoire.

L'éducation dont il s'agit ici n'est certes pas celle vue sous un angle très large, lié aux aspects de la vie, mais plutôt celle que nous développe Rousseau dans son célèbre ouvrage *Emile ou de l'éducation*³⁸. Sous cet aspect particulier, la notion de culture évoque les différentes étapes de la vie humaine, de l'enfance au mariage. Rousseau met un accent particulier sur le développement même de l'individu, lequel est mis en garde quant à l'influence qu'il peut subir de la société dans laquelle il vit. A la base donc, la compréhension rousseauiste de la culture implique une éducation qui consiste à construire la transition entre enfance et maturité intellectuelle, de sorte que l'enfant bien éduqué devienne un adulte aux valeurs et principes de vie socialement reconnus comme intégrant le système de références sociétal. La philosophie requiert aussi une conception historique de la culture. Dans son entendement cependant, la notion d'histoire a deux usages : « la dimension du réel qui a quelque chose à voir avec la succession des événements (l'histoire comme réalité), [et la] reconstitution de cette succession s'organisant sous la forme d'un récit (l'histoire comme savoir) »³⁹. De ce point de vue, la notion d'histoire met en branle le questionnement sur la condition humaine et sur les agissements que ce questionnement implique. De plus, le philosophe Alain Renaut nous apprend que : « l'interrogation philosophique sur l'histoire (comme histoire humaine) est donc conduite à évaluer la place prise par cette conscience des acteurs dans le devenir des ensembles humains (sociétés, Etats, nations, civilisations, cultures, etc.) auxquels ils appartiennent »⁴⁰. Ainsi, nous constatons que l'homme, ou encore la condition humaine, est au centre des interrogations et suscite de nombreux intérêts en matière de sciences (humaines).

Nous retiendrons alors qu'en philosophie, le terme culture désigne ce qui se distingue de la nature. C'est ce qu'on acquiert par éducation, à travers le temps et les expériences

³⁷ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicale, www.cnrtl.fr/etymologie/culture, consulté le 18 mai 2018.

³⁸ Jean-Jacques Rousseau, *Emile ou de l'éducation*, Paris, Editions Flammarion, 2009.

³⁹ Alain Renaut, *Découvrir la philosophie. 2. La culture*. Odile Jacob, Paris, 2010, p. 191.

⁴⁰ *Op.cit.*, p. 196.

de la vie, en somme à travers l'histoire, et non pas ce qui paraît « originellement » ou « essentiellement » humain.

En sociologie, la définition de la notion de culture apparaît plus détaillée et plus significative par sa dimension plus concrète. Elle désigne ce qui a une part de collectivité, qui relie un groupe d'individus et comporte tout de même des aspects de distinction. Dès lors, on peut comprendre pourquoi nous avons auparavant énoncé la sociologie comme autre science humaine et sociale qui pourrait nous permettre de définir la notion de culture. Au demeurant, la définition sociologique aura quelques extensions inspirées de l'anthropologie. C'est pour cette raison que nous parlons de définition socio-anthropologique de la culture.

Mais il serait indispensable de définir cette notion de façon « chronologique » pour mieux en saisir le sens utilisé tout au long de notre travail. De nombreux auteurs, en l'occurrence Guy Rocher, Jean Fleury et Denys Cuche, nous présentent l'évolution sémantique de cette notion, en partant de son acception du Moyen-âge à celles qui prévalent de nos jours.

Le sociologue québécois Guy Rocher, dans un extrait du chapitre IV : « Culture, civilisations et idéologies » de son ouvrage *Introduction à la sociologie générale*, fait d'abord « un bref historique » de l'usage de la notion de culture en anthropologie et en sociologie. Ensuite, il relève « la confrontation » qui existe entre culture et civilisation. Enfin, il énumère les différentes « fonctions de la culture ». Pour ce faire, il la définit comme étant : « un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises et partagées par une pluralité de personnes, servent, d'une manière à la fois objective et symbolique, à constituer ces personnes en une collectivité particulière et distincte »⁴¹. Jean Fleury pour sa part, dresse « un appendice (sous forme) de chronologie simplifiée des théories de la culture »⁴² qui se présente comme suit : « XVIII^e - XIX^e siècles (premières approches. Opposition entre « civilisation » et « culture », 1871 (première définition scientifique par E.B. Tylor), 1895-1922 (Emile Durkheim et Marcel Mauss : la culture définie comme fait social), 1920-1950 (culturalisme : Boas et le relativisme ; A. Kardiner, R. Linton et la personnalité de base ; R. Benedict, M. Mead : rôles et modèles culturels), 1920-1950

⁴¹ Guy Rocher, *Introduction à la sociologie générale*. Première partie : L'action sociale. Editions Hurtubise HMH ltée, Montréal, 1992, troisième édition, chapitre IV, p. 101-127, p. 4.

⁴² Jean Fleury, *La culture*. Bréal, collection « Thèmes et Débats sociologie », Paris, 2002, p. 44.

(fonctionnalisme : B. Malinowski, A.R. Radcliffe-Brown : la culture est une adaptation aux besoins), 1950-1960 (structuralisme : C. Lévi-Strauss : la culture est définie par la règle, l'univers social est relationnel), 1950-1960 (du culturalisme à l'interactionnisme (l'analyse sociale en termes de sous-culture , H. Becker : le caractère profondément social des sous cultures « l'étiquetage »), 1960-2000 (constructivisme, P. Bourdieu : culture et rapports sociaux. Les rapports de force dans la construction du social. A. Touraine : les orientations culturelles support des mouvements sociaux) »⁴³. En définitive, pour cet auteur, « La culture est d'abord un ensemble de pratiques qui procèdent de la vie sociale et qui l'organisent. On peut penser la culture comme un système de communication qui unit les membres d'une société dans leurs différentes dimensions et les relie avec ce qui les concerne »⁴⁴. C'est-à-dire que les concepts de culture et de communication sont dotés d'une certaine proximité. Et la communication en tant qu'échange de messages (culturels) permet des interactions entre les individus par la circulation, la diffusion et la réception des messages ou contenus culturels. Cette circulation fait intervenir toute sorte de support : l'oral, l'écrit, le numérique, en un mot les médias et précisément la télévision. C'est ainsi que nous affirmons avec Jean Caune que « la culture demeure associée au champ de la littérature, des humanités et de l'esthétique ; la communication aux supports techniques qui la mettent en œuvre. »⁴⁵

Tout comme les autres sciences, les SIC ont un objet et une méthode et dans leur dimension sociale et sociétale, elles « disent des choses, dévoilent l'indicible ».

Pour sa part, Raymond Williams dans son ouvrage *The Long Revolution* indique qu'il existe trois catégories générales dans la définition de la culture. Il le précise ainsi qu'il suit: d'abord, «There is, the 'ideal', in which culture is a state or process of human perfection, in terms of certain absolute or universal values. »⁴⁶ Pour cet auteur, cette première définition traduit la culture comme étant une découverte, une description des valeurs dont les parcours de vie et les œuvres peuvent être considérées comme faisant partie d'un ordre intemporel, ou comme une référence à la condition humaine

⁴³ *Op. cit.*, p. 44.

⁴⁴ *Ibidem*, p. 11.

⁴⁵ *Op. cit.*, p. 13.

⁴⁶ Raymond Williams, *The Long Revolution*, first published by Chatto & Windus (1961), published in Pelican Books, Victoria, Australia, 1965, p. 57.

En termes de traduction, Williams dit qu'« il existe trois catégories générales dans la définition de la culture. Il y a d'abord l'idéal, dans lequel la culture est un état ou un processus de perfection humaine, s'entendant par certaines valeurs absolues ou universelles. »

universelle. C'est-à-dire que la culture à ce niveau est imprégnée essentiellement d'idéalisme.

Ensuite: « there is the 'documentary', in which culture is the body of intellectual and imaginative work, in which, in a delimited way, human thought and experience are variously recorded »⁴⁷. Il va sans dire que cette deuxième vision de la culture revêt un caractère reluisant au sens où elle met en exergue les capacités cognitives et créatives des individus. Ce qui permet de représenter la société qu'ils constituent, tout en recourant au langage, à la littérature, à l'histoire et aux traditions.

Enfin: «there is the 'social' definition of culture, in which culture is a description of a particular way of life, which expresses certain meanings and values not only in art and learning but also in institutions and ordinary behaviour. »⁴⁸Cette dernière définition n'est pas complètement dissociable des précédentes. En effet, c'est simplement une conception particulière de la culture qui induit l'explication des sens et des valeurs qui la sous-tendent en termes de contenus.

En somme, les première et troisième approches de Williams rendent compte de la réalité culturelle gabonaise, encline à certains idéalismes. Autrement dit, la culture présentement observée au Gabon, notamment dans les institutions se résume à des législations le plus souvent non appliquées. Prenons le cas des textes contenus dans *Les grands axes de la politique culturelle en République gabonaise*⁴⁹. Il y est stipulé que la Politique culturelle en République gabonaise s'inspire du PSGE⁵⁰ et vise à faire de la culture une ressource importante au service de « la cohésion sociale, de la paix, de la promotion de la créativité et de l'épanouissement intégral de l'Homme et de la nation gabonaise, dans une optique de préservation des valeurs traditionnelles des communautés [...] »⁵¹. Dans ce passage, nulle part ne figure ce qui est réellement entendu par le vocable « culture », si ce n'est sa perception politique. De plus son

⁴⁷ *Op. cit.* Traduit par : « ensuite, il y a le "documentaire", dans lequel la culture est le corps du travail intellectuel et imaginaire, dans lequel de manière détaillée, la pensée et l'expérience humaine sont enregistrées de diverses manières. »

⁴⁸ *Ibidem.* Traduit par : « Enfin, troisièmement la définition "social" de la culture, dans laquelle la culture est la description d'un mode de vie particulier, qui exprime certaines significations et valeurs non seulement dans l'art et l'apprentissage, mais aussi dans les institutions et les comportements ordinaires. »

⁴⁹ Les grands axes de la politique culturelle en République gabonaise. Résultats de l'atelier d'élaboration et de validation de la politique culturelle en République gabonaise, Libreville, septembre 2011.

⁵⁰ Le Plan Stratégique Gabon Emergent définit les fondations et orientations devant permettre de faire du Gabon un pays émergent en 2025.

⁵¹ *Op. cit.*

fondement n'est pas effectif, mais basé sur des aspirations futuristes élaborées par le chef de l'Etat gabonais dans son projet, sa vision du Gabon en 2025.

Par contre la deuxième approche n'est pas encore en prise avec cette réalité, car cette conception « documentariste », (qui soit dit en passant concerne particulièrement cette recherche) n'a pas encore connu sa valence. Pour la sociologue, spécialiste de la culture et des médias Sophie Barreau-Brouste, le documentaire puise ses racines dans l'histoire du cinéma, mais ses évolutions sont majoritairement liées au média télévisuel. Sa définition est controversée parce que ayant des implications à la fois économiques, artistiques et culturelles. Pour cette auteure, le documentaire est : « une œuvre qui s'attache à restituer le réel, avec des règles esthétiques et éthiques. »⁵² Ce genre est perceptible à la télévision sous plusieurs formes (inventées par ledit média). Il s'agit des docu-fictions, des documentaires d'anticipation d'événements, des séries, des formats courts (moins de 10 minutes), de films valorisés en tant que documentaires, etc.

Selon Isabelle Veyrat-Masson, la télévision qui s'est inventé, comme nouvelle technique, a choisi pour parler d'histoire, les genres classiques comme le documentaire et la fiction. « Mais la télévision ne s'est pas contentée de respecter les règles du documentaire [...]. Elle a bouleversé le statut de l'image d'archives comme image historique en la mettant sur le même plan que l'image de fiction qui l'a imitée puis l'a remplacée »⁵³. Cette auteure dénonce « la confusion des genres » qu'offre désormais l'outil télévisuel, car le documentaire et la fiction ne s'adressent pas aux téléspectateurs de la même façon. Le premier s'ancre dans la réalité et le second dans l'impression qu'elle donne à voir. Cette confusion relevée ne saurait discréditer le documentaire télévisé en tant qu'objet ou vecteur culturel. Dans cette optique, son intérêt semble-t-il ne serait pas bien compris ou « maîtrisé » au Gabon de nos jours. Et sa vocation « scientifique et analytique » achève de dissuader les « spécialistes », les politiques et autres concernés par la question de la culture d'emprunter son chemin. Nous justifierons ce propos dans le chapitre consacré à la programmation de la chaîne. Ce passage sera l'occasion de scruter les contenus des émissions diffusées par Gabon Télévision pour vérifier ce qu'il y a de « culturel » et surtout de « quelle culture » s'agit-il.

⁵² Sophie Barreau-Brouste, « Le documentaire télévisé : les enjeux d'une définition controversée », E-dossier : le documentaire, un genre multiforme, www.ina-expert.com, consulté le 05 juin 2018.

⁵³ Isabelle Veyrat-Masson, *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Bruxelles, Editions De Boek Université, 2008, p.13.

Cependant, il paraît par ailleurs fondé que nous puissions également questionner la notion de culture du point de vue des auteurs africains, voire gabonais. Ce point de vue repose sur l'idée que c'est dans le cadre de leurs environnements socio-anthropologiques et intellectuels que porte notre recherche.

1.1.2. Conceptions de la « culture » au Gabon : La « culture » dans l'espace public

Parler de culture ne peut être chose aisée qu'en questionnant les points de vue des différents acteurs qui en sont les vecteurs (ou véhicules), ou contribuent à son épanouissement. Au Gabon, ces vecteurs sont des intellectuels, universitaires, hommes politiques et acteurs médiatiques. Nous resterons ici dans le cadre d'une définition de la culture ancrée sur l'expérience qu'en font ces Gabonais dont nous avons eu les idées à travers une documentation bibliographique ciblée pour la circonstance, et à travers les enquêtes de terrain menées à Libreville de juillet à août 2016.

1.2. La culture selon quelques auteurs et universitaires gabonais

Dans notre tentative de discerner la perception de la culture selon les intellectuels et universitaires gabonais, nous convoquerons des auteurs tels que le linguiste Daniel Franck Idiata, le juriste et spécialiste de sociologie politique Guy Rossatanga Rignault, les anthropologues (du Laboratoire universitaire de la tradition orale et des dynamiques contemporaines) et le docteur en sciences politiques Luc Ngowet. Le choix porté sur ces auteurs se justifie par le fait qu'ils sont les seuls à s'être penché sur la question de la définition de la culture au Gabon.

A ce titre, Luc Ngowet, auteur de *Petites misères et grand silence. Culture et élites au Gabon*, dresse « une sorte de radioscopie sur 153 pages de la vie socioculturelle de son pays, à la lumière de quelques productions littéraires, artistiques, musicales et autres »⁵⁴. Sa thèse forte est que la culture gabonaise n'existe pas. Ou du moins, elle est désormais supplantée par la culture politique qui se reprend dans le pays à travers des us et les médias (radio et télévision) dont l'Etat a le monopole absolu. Cette conception peut se vérifier dans un extrait du journal télévisé au cours duquel le journaliste (directeur de Gabon Télévision) reçoit le président de l'union des écrivains gabonais (UDEG). Cet

⁵⁴Cf. <http://www.panapress.com/Un-jeune-journaliste-publie-un-pamphlet-contre-l-elite-gabonaise-13-612285-17-lang4-index.html>. Consulté le 21 novembre 2016.

échange concerne le Grand prix PDG « Omar Bongo Ondimba » de littérature octroyé à l'occasion du 12 mars, marquant la célébration de l'anniversaire dudit parti politique.⁵⁵ La culture politique gabonaise serait donc une culture servile ou de servitude. Elle annihile les cultures des peuples autochtones qu'elle s'emploie à détruire par les voies et voix monocordes, à la fois monochromatiques et unanimistes imposées par les fondateurs du parti unique et desservies par ses thuriféraires. Luc Ngowet analyse en effet la mise en scène de la culture gabonaise par les acteurs médiatiques, politiques, intellectuels et/ou universitaires gabonais dans une période post parti unique, et son livre est publié dix ans après la conférence nationale qui institua le pluralisme politique au Gabon. Autrement dit, son livre est publié à un moment où l'état politique enserme toujours la liberté d'expression et la promotion des idées démocratiques et où la démocratie médiatique audiovisuelle est encore une utopie⁵⁶. Malheureusement, cet ouvrage comme beaucoup d'autres d'ailleurs n'a pas eu un écho social ni même culturel au sein de l'espace public gabonais. Ce manque d'écho pourrait être dû à une absence de médiatisation de la « culture », comme l'auteur le souligne dans son livre. D'une part, les Gabonais ne seraient pas connus pour être de fervents lecteurs comme le laisse entendre l'écrivaine et libraire gabonaise Honorine Ngou sur un plateau de journal télévisé de Gabon Télévision en ces termes : «le Gabonais ne lit pas ! Les Gabonais possèdent des livres mais qui ne sont pas considérés comme des outils de connaissances mais comme des ornements »⁵⁷. Et d'autre part, les médias ne jouent pas leur rôle de médiateurs culturels dans ce domaine. Cette attitude des médias est d'ailleurs dénoncée dans un reportage du journal télévisé intitulé « le cri des écrivains gabonais » par les écrivains Hallnaut Engouang et Peggy Lucie Auleley. Ces écrivains gabonais fustigent clairement le désintérêt des chaînes de télévision pour la littérature en particulier et la culture en général au profit des programmes politiques.⁵⁸ Pour leur part, Guy Rossatanga Rignault et les chercheurs du LUTO s'intéressent aux cultures dont l'étude n'est ni une préoccupation ni un objet de questionnement dans *Petites misères et grand*

⁵⁵ Vidéo visualisable sur <https://www.youtube.com/watch?v=XM67EHPILtY&t=5s>, mise en ligne en février 2013. Consultée le 31 mai 2018.

⁵⁶ Luc Ngowet, *Petites misères et grand silence. Culture et élites au Gabon*, op. cit..

⁵⁷ Vidéo visualisable sur <https://www.youtube.com/watch?v=zj-OZgHeBHg&t=195s>, mise en ligne en novembre 2016 et consultée le 1^{er} juin 2018.

⁵⁸ Vidéo visualisable sur www.youtube.com/watch?v=6QglzA6r7Oc, mise en ligne en septembre 2014. Consultée le 31 mai 2018.

silence. Culture et élite au Gabon. Leur(s) objet(s) à eux est/sont la/les cultures ancestrales du Gabon que les auteurs présentent sous la notion générique de « *patrimoine culturel* ». Ils définissent le « *patrimoine culturel* » comme étant : « [...] ce legs que l'on reçoit de ceux qui nous ont précédés et qu'il nous est (moralement) fait obligation d'assurer la préservation sinon la fructification. Aujourd'hui, la notion de patrimoine renvoie à deux réalités : le patrimoine matériel (biens matériels, paysages, constructions...) et le patrimoine immatériel (traditions, mythes, jeux, chants, danses, cuisine, œuvres d'art, [...]) »⁵⁹. Daniel Franck Idiata quant à lui définit la culture en ces termes : « La culture est l'ensemble des connaissances, des savoir-faire, des traditions, des coutumes, propres à un groupe humain, à une civilisation. La culture est de ce fait un patrimoine qui se transmet socialement de génération en génération et conditionne en grande partie les comportements individuels. Toutes les sources s'accordent pour dire que la culture englobe de très larges aspects de la vie en société, qu'il s'agisse des techniques, des mœurs, des modes de vie, des systèmes de valeurs, de la vision du monde, des rites de croyances, des structures de parenté, de l'organisation de la famille, etc. »⁶⁰. Cette définition de la culture peut être adjectivée aussi bien « traditionnelle » que patrimoniale.

La « culture », telle que conçue par ces trois auteurs trouve tout son sens dans l'histoire même du Gabon et des peuples gabonais, qui est liée aux différents groupes ethniques que comprend le pays (près de cinquante-deux). Ces ethnies sont constituées en grands groupes linguistiques : « Groupe Omyènè...Mpogwè, Adyumba, Enenga, Galoa, Orungu, Nkomi [;] Groupe Séké...Séké, Benga [;] Groupe Eshira...Eshira, Ngove Varama, Bavungu, Bapunu, Balumbu, Babuissi, Massango [;] Groupe Okandé...Apindji, Mitsogo, Bapubi, Simba, Okandé, Evia [;] Groupe Bakèlè [;] Groupe Fang [;] Groupe Bakota...Bakota, Mahongwè, Shaké, Dambomo, Shamaï, Mindassa, Bavumbu [;] Groupe Mbédé...Obamba (Mbédé), Bambama, Mindumu, Bakaniké, Bandjabi, Batsangui, Bawandji, Baduma »⁶¹. Cette histoire nous plonge dans la réalité de la culture ancestrale gabonaise. Le Gabon dispose ainsi d'une culture « *matérielle* »

⁵⁹ Guy Rossatanga Rignault, « à propos de patrimoine(s) et de dynamique(s) », in *Patrimoine(s) et dynamique(s)*, n°1, *Aux sources de la tradition*, Libreville, Editions Raponda Walker, 2013, p. 7.

⁶⁰ Daniel Franck Idiata, *Le reflet du miroir. Le Gabon face à ses identités*, op. cit.

⁶¹ André Raponda-Walker, *Notes d'histoire du Gabon*, op. cit., p. 8.

et « *immatérielle* ». Elle est observable sur les trois principaux plans que sont : le plan historique, le plan traditionnel et le plan moderne.

1.3. Une « culture nationale » Gabonaise : points de vue officiels et historiographies

Nous nous sommes accordée à dire avec Jean Caune qu'analyser les faits culturels dans leur dimension communicationnelle relève d'une démarche des sciences humaines. En effet pour l'auteur, « la légitimité de cette perspective résulte de la nature des phénomènes : qu'ils se rencontrent dans l'ordre du social, dans celui de l'histoire ou encore celui des œuvres de l'esprit, ils impliquent le sujet humain, engagé dans une relation et une action avec autrui à l'intérieur d'un cadre social. »⁶² Autrement dit, il n'y a pas de culture sans société, ni de société sans socialité ni socialisation ; encore moins de socialité et socialisation sans histoire. Et enfin, il n'y a probablement pas d'histoire sans communication, car elle nécessite une certaine perpétuation qui passe par des interactions, des échanges.

Nous avons auparavant dit que la culture au Gabon est indissociable des composantes ethniques dont est composé le pays. En effet, ces ethnies forment le socle des familles, des clans, des tribus, etc. A ce titre, André Raponda-Walker⁶³ peut retracer les péripéties des clans et chefs de clans gabonais en ces termes : « Tous ceux qui ont tant soit peu étudié l'organisation familiale des populations gabonaises n'ignorent pas que les diverses races ou tribus qui se partagent le pays comprennent un nombre plus ou moins important de clans ou familles plus larges, portions de tribus ou sous-tribus, placé sous l'autorité d'un chef héréditaire »⁶⁴. Ces propos disent simplement que la culture historique au Gabon, c'est d'abord le peuplement de ce pays et l'origine des peuples qui s'y sont installés, leurs organisations sociales en termes de pratiques, mais aussi la connaissance des chefs, rois et guerriers de différents clans et tribus.

⁶² *Op. cit.*, p.71.

⁶³ André Raponda Walker (1871-1968), est perçu comme étant le premier prêtre et savant, botaniste, linguiste et ethnologue gabonais. Ses recherches ont principalement porté sur la culture et la vie des peuples du Gabon. Il publie de nombreux dictionnaires et lexiques ainsi que des articles dans différentes revues.

⁶⁴ *Op. cit.*, p. 31.

Nous avons donc : « Le roi Denis Rapontchombo du clan des Assiga, le roi Louis Dowe et le prince Glass, du clan des Aguékaza, le roi Georges Rassondji chez les Agulamba. [...] chez les Galoa, le chef le plus connu fut le roi Nkombé du clan des Anouva, surnommé le roi soleil. [...] Au sud vers la Ngounié, on cite les chefs Bakèlè Ndimba, la terreur des Bavili, des Ivea et des Mitsogo [...] Chez les Eshira, le vieux Mulenda hébergea chez lui l'explorateur Paul du Chaillu »⁶⁵. Tous ces personnages ont marqué l'histoire du Gabon. Une histoire qui pourrait faire partie de la culture nationale, car qu'elle soit poétique (roman national⁶⁶, épopées avec des personnages sublimes et glorieux, ou même scientifiques, mettant l'accent sur « les faits et rien que les faits ») concerne les hommes et les actes qu'ils posent pour la postérité. C'est ce que l'historien français Pierre Nora a appelé « les lieux de mémoire ». Cette expression engendre d'une part l'idée de la matérialité d'un lieu et d'autre part celle d'un passé et d'un événement qui s'y rattacherait (en lien avec la conception patrimoniale de la culture portée par Rossatanga-Rignault et les chercheurs du LUTO-DC). Elle se réfère au patrimoine matériel et immatériel emprunt à l'histoire du pays. En ce sens, l'histoire de Louis XIV, celle du bossu de Notre Dame, de Jeanne d'Arc, ou celle de la pucelle d'Orléans font partie intégrante de la culture française comme référents. La culture, parce qu'elle a une dimension civilisationnelle, plus globalisante, écrit l'histoire de différentes civilisations qu'elle manifeste et glorifie selon les circonstances, construisant et consolidant par la même occasion l'histoire et la mémoire collective et individuelle. Pour ce qui est du Gabon, il existe de nombreux lieux de mémoire à l'instar de la ville de Ndjolé, lieu d'exile et d'embastillement du calife Général des Mourides, Cheik Amidou Bamba, de 1985 à 1902. Les Mourides viennent du monde entier pour visiter ce lieu de mémoire. On peut aussi citer des sites religieux comme Saint-Michel de Kembo à Libreville, Saint-Martin des Apindji à Mouila, Sainte Anne du Rosaire à Mayumba⁶⁷ qui ont constitué des lieux d'éducation et de moralisation des populations et également le Mémorial de Mimbeng⁶⁸ dans le Woleu-Ntem (lieu de combats de septembre 1914 lors de la première guerre mondiale). Soulignons que dans « les lieux de mémoire », il

⁶⁵ *Ibidem*, p. 32.

⁶⁶ Cf. Pierre Nora (dir), *Bibliothèque illustrée des Histoires, Les lieux de mémoire, 1. La République*, Gallimard, Paris, 1984.

⁶⁷ Ce sont des villes que nous avons parcourues dans le cadre de l'enquête de terrain menée pour l'élaboration de ce travail.

⁶⁸ Site de combat (entre les Français et les Allemands) où sont inhumés 25 tirailleurs sénégalais.

ya les différentes dimensions de la culture tirées d'une part de son étymologie et d'autre part de la lecture williamsienne. Il est clair que pour sauvegarder cette culture, il faut en prendre soin, la protéger et la perpétuer. A ce titre, interviennent les médias dans un rôle de création, de diffusion et de promotion. Dans son ouvrage *Quand la télévision explore le temps*⁶⁹, Veyrat-Masson explique comment « historiographies et mémoire » sont des éléments constitutifs d'une culture construite par les médias, notamment la télévision. En effet, en produisant des documentaires, en donnant la parole aux historiens et autres chercheurs à l'antenne, en poussant les journalistes à investiguer sur les événements marquants du passé, Gabon Télévision pourrait « allumer » une sorte de flamme historique et culturelle dans les esprits des téléspectateurs. L'auteure étudie les fonctions sociales et le rôle de la télévision dans la construction d'une culture commune et d'une mémoire collective.

La culture ou la civilisation, ce n'est pas seulement l'histoire. Si l'histoire d'un peuple est une composante de la culture de ce peuple comme point nodal à partir duquel il peut se repérer pour résoudre des problèmes, pour avancer, etc., il n'en demeure pas moins que la culture acquiert plusieurs autres représentations, donc qu'elle a autant de perceptions individuelles qu'il existe de personnes la vivant, la portant, l'expérimentant et la transmettant, générations après générations.

1.4. Conceptions actuelles de la culture par les professionnels du domaine

Les enquêtes de terrain menées au Gabon nous ont permis de rencontrer de nombreuses personnalités actuelles des mondes universitaire, politique, médiatique, culturel, etc. Si dans les entretiens réalisés existaient multiples questions, il n'en demeure pas moins qu'une de nos problématiques essentielles était celle de vérifier la compréhension ou l'intelligence que ce monde avait de l'objet dont ils étaient l'incarnation : la culture. Nous rapportons les informations recueillies aux fins de satisfaire à cette préoccupation dans plusieurs tableaux. Les uns restituent des définitions de la culture de quelques acteurs médiatiques. Les autres quant à eux présentent un condensé de réponses d'hommes politiques et de diverses autres personnalités publiques du Gabon. Dans les deux cas, les définitions réunies ne sont ni exhaustives ni représentatives des milieux

⁶⁹ Isabelle Veyrat-Masson, *Quand la télévision explore le temps : l'histoire au petit écran*, Paris, Fayard, 2000.

politico-médiatico-culturels du Gabon, tant elles n'additionnent que les intelligences de la culture de ceux des Gabonais qui ont bien voulu se prêter au jeu des entretiens que nous avons réalisés, d'autres individus s'étant opposés à notre démarche de chercheur. Cependant ces définitions nous donnent une orientation objectivable, à la fois factuelle et cognitive sur laquelle nous appuyer pour savoir ce que peuvent penser les Gabonais ou une partie d'entre eux représentative de l'élite culturelle nationale.

1.5. Définitions de la culture selon quelques acteurs médiatiques du Gabon

Nous avons conçu ces tableaux simplement de manière à regrouper les définitions selon les catégories de personnes interrogées afin de pouvoir ressortir les grandes lignes (thématiques) du sens donné à la notion de culture. A la fin de ce regroupement, nous ferons une synthèse de ces définitions.

Tableau n° 1 : La culture comme identité

N°	Identités	Professions	Définitions de la culture
1	Mathieu Koumba	Journaliste principal/Directeur général de Gabon Télévision	La culture c'est un tout, on la retrouve en nous, c'est ce que nous aimons faire, ce qui est attaché à nous. Celle qui rassemble un certain nombre de valeurs qui fonde par exemple les valeurs gabonaises (ethnies, villages...). C'est aussi une norme d'un point de vue scientifique (si $1+1=2$, quelqu'un ne peut dire le contraire).
2	Prosper Tonda Mambenda	Journaliste principal/conseiller du directeur général de Gabon	« c'est ce qui nous reste quand on a tout oublié » et dire aussi que c'est la somme des connaissances, des savoirs, des pratiques d'un peuple, etc.... Elle fait même l'objet de l'identification d'un groupe humain.
3	Fernand Lepoko	Réalisateur	la culture c'est notre ADN, c'est notre marque de fabrique ; ce par quoi on nous identifie. C'est vraiment comme un patrimoine génétique, un legs de nos ancêtres.
4	Geodefroid Guiguabuguy	Humoriste/producteur	La culture c'est quelque chose qu'on acquiert selon l'environnement où l'on naît. Un homme peut avoir plusieurs cultures. Elle varie selon les individus et les espaces de vie. Par exemple notre culture gabonaise n'est pas celle d'autres pays.
5	Bruno Bekale	Ingénieur radio et télévision/Directeur technique adjoint de Gabon Télévision	La culture ce n'est rien d'autre que notre identité, c'est à partir d'elle qu'on nous identifie en lien avec les différentes ethnies de la république gabonaise. Par exemple les Fangs se reconnaissent par rapport à la coutume fang, les Nzebi et les Punu

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Tableau n° 2 : La culture comme croyances et traditions ancestrales

N°	Noms	Professions	Définitions de la culture
1	Jean-Marcel Sauthon	Réalisateur et producteur/ chef de service des programmes et productions à Gabon Télévision	La culture, c'est l'ensemble de nos rites, masques, religion, danses... enfin toutes nos coutumes.
2	Lucien Barro Mankey	technicien supérieur de l'audiovisuel/ opérateur de prise de vue	c'est en rapport avec nos traditions qui elles ont un lien avec nos différentes ethnies.
3	Max-Olivier Obame	Journaliste/conseiller en communication du président directeur général de la Poste	La culture c'est l'âme d'un peuple, ses croyances, etc.
4	Jean-Augustin Nzengui	Reporter tv/journaliste présentateur à Gabon Télévision.	La culture, c'est l'ensemble de nos us et coutumes, qui représentent une localité, une population, un peuple...
5	Guy-Roger Ogombe	Journaliste à la retraite	Il y a la culture africaine et la culture occidentale. A la base, nous avons un atout qui est la « culture des anciens », qui participe à la formation d'un être humain, dans sa vie courante.
6	Eustacha Ada	Ingénieure de production/monteuse	la culture en général, c'est un savoir, une forme de sagesse.
7	Edgard Kaba	Journaliste/réalisateur	la culture peut se définir comme étant l'ensemble des us, coutumes, croyances, styles (écriture, en littérature par exemple, chaque écrivain appartient à un pays dont il porte les marqueurs...)
8	Dominique Douma	Réalisateur/producteur	la culture est d'abord anthropologique. Les vertus que nous héritons des us et coutumes qui font notre ciment social, le ciment de nos ethnies, notre race, nos expériences partagées avec les autres dont nous tirons des enseignements, un héritage...

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Tableau n° 3 : La culture comme création

N°	Noms	Professions	Définitions de la culture
1	Patricia Ontchangalt	Journaliste/Directrice des programmes et de la production de Gabon Télévision	La culture en général, c'est avoir une curiosité pour la découverte, par conséquence : aimer lire, être curieux...
2	Ludovic Mouity	chef de services des programmes et de la production télé	La culture, c'est ce que l'homme crée, invente, développe : savoirs, pratiques (culturelles); c'est l'expression du génie de l'homme.
3	Lynda	Journaliste	La culture, c'est l'ensemble des connaissances ou des

	Gnoumba		savoirs que possède l'Homme. C'est une notion transversale à tous les domaines de la vie.
4	Alain-Didier Oyoue	Réalisateur/producteur	la culture, c'est le fait de connaître le présent, vivre au présent avec la conscience de ceux qui nous ont précédé, la conscience des valeurs humaines et spirituelles ; en être le contenant et pouvoir le communiquer. La culture est un état d'ouverture vers soi-même et vers les autres.
5	Total Bekale	Présentateur/réalisateur	La culture est dans tout ce que nous faisons, vivons au quotidien. La culture en un mot c'est notre environnement simplement...

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

1.6. Définitions de la culture selon quelques Hommes politiques et personnalités publiques

Tableau n°4 : La culture comme identité

N°	Noms	Professions	Définitions de la culture
1	Fidèle Nguembi Moussavou	Ambassadeur/maire	La culture gabonaise peut se définir comme étant ce qui nous représente, nous identifie. C'est cet ensemble d'activités qui caractérisent la vie des peuples gabonais autour des chants, des danses, de la musique, des instruments traditionnels (cithare Ngonfi, Mungongo, tam-tam, etc.), des rites initiatiques (Mabandji, Bwiti, Ndjobi, Mvett, etc.), la représentation de l'imaginaire des masques, les contes, mais aussi les arts (arts culinaires), les événements et cérémonies (mariages traditionnels, les décès et retraits de deuils, la circoncision, etc.)
2	Emile Boulingui Koumba	Député	La culture gabonaise, c'est ce qui me permet de me distinguer d'autres peuples : « pourquoi suis-je Gabonais et non congolais ? » Ce sont l'espace, les comportements, etc.
3	Snella A. Pambo	Directeur de l'information à Téléafrika	La culture gabonaise, c'est l'identité matérielle et immatérielle du Gabon, de l'histoire du Gabon (traditions us et coutumes) ; qui en représentent les articulations auxquelles se greffent les aspects du social et de la politique (mystères de la forêt, danses, masques, rites initiatiques).
4	Jules Esdras Mouhouloulou	Analyste politique à Téléafrika	La culture, c'est le principe de la mémoire d'un peuple ; en termes de valeurs, de définition, définition de son essence, sa vision, son devenir, sa vision, son devenir, son originalité... Ce qu'est un peuple, reconnaissance de l'être dans son environnement endogène. C'est ce par quoi on identifie
5	Henri-Joseph Koumba	Directeur général de l'Institut gabonais de l'Image et du Son (IGIS), ancien CENACI	La culture est l'ensemble des moyens d'expression qu'un peuple met en branle pour exprimer son identité, dans laquelle il se reconnaît (religion, pensée, philosophie exprimée dans les œuvres artistiques, façon d'être, de faire, regard porté vers...).
6	Marc Ona Essangui	Représentant de la société civile gabonaise/Activiste	la culture gabonaise n'existe pas, ce qui existe, ce sont plutôt les « cultures gabonaises » ; en rapport avec nos différentes ethnies

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Tableau n°5 : La culture comme croyances et traditions

N°	Noms	Professions	Définitions de la culture
1	Emmanuel Thierry Koumba	Conseiller technique au CNC	La culture est le patrimoine que peut conserver un peuple, une communauté en vue de se pérenniser
2	Jean-Pierre Moudjalou	Administrateur de projets culturels au ministère de la culture	La culture, c'est l'ensemble des grands traits qui caractérisent un peuple (ethnies, coutumes, croyances)...
3	Antoine Nziengui	Ancien directeur général de l'HAS et du musée Albert Schweitzer	La culture gabonaise, c'est l'ensemble des pratiques qui caractérisent la société gabonaise. Par exemple : la musique, le théâtre, les danses, les langues, etc.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Tableau n°6 : La culture comme création

N°	Noms	Professions	Définitions de la culture
1	Georice Berthin Madébé	Conseiller du ministre de la communication (en charge des institutions constitutionnelles et porte-parole du Gouvernement)	La culture gabonaise est le premier pan de la culture produite au Gabon avant l'arrivée des colons et après l'arrivée de ces derniers. Autrement dit, c'est la part de nos cultures traditionnelles, la part de notre inventivité technologique qui s'est maintenue d'une part et qui a survécu d'autre part à la colonisation.
2	Arnaud Baobé	Rédacteur en chef adjoint au sein de Téléafrika	La culture, c'est l'ensemble des connaissances capitalisées dans la vie, liées à tous les champs disciplinaires, sur soi, ses origines, sa tradition.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Au total, trente définitions de la culture nationale gabonaise ont été obtenues. Nous pouvons les regrouper autour des concepts clés que sont : *l'identité*, *la création*, *les traditions*, *les croyances*. En un mot, autour des caractéristiques qui permettent à un peuple de se distinguer d'autres peuples, et qui renvoient à un ensemble de pratiques et de représentations propres. D'abord, du point de vue identitaire, on retient que la culture se représente comme cette « chose » qui permet à un groupe, une collectivité, dans le cas précis au peuple gabonais de se définir non seulement par rapport à l'environnement

dans lequel il vit, mais aussi et surtout de se distinguer des autres peuples du monde entier. La télévision doit répondre à la question de son rapport à la mémoire et l'identité (historique) telle que postulée précédemment. C'est-à-dire qu'elle devrait s'investir à construire la mémoire de la nation gabonaise. Elle pourrait par exemple valoriser l'inscription de certains événements comme la célébration de la journée du 17 août, date marquant la fin de la colonisation du Gabon par la France (fête de l'indépendance). En diffusant les manifestations (chants, danses, défilés militaire et civile, sketches, prestations d'artistes, etc.), le programme se ferait une sorte de « rituel national », un fait culturel, en un mot une véritable « tradition gabonaise ». En effet, la préoccupation majeure de Gabon Télévision deviendrait plutôt la construction (l'invention pour emprunter les termes de Hobsbawm) et la promotion de la culture nationale que « le problème de l'identité nationale »⁷⁰. Ensuite, du point de vue créatif, l'idée dominante qui ressort des différentes appréhensions de la culture est qu'elle est intrinsèquement liée à l'inventivité dont ferait preuve un certain nombre de personnes que représentent les journalistes et les artistes pour ne citer que ces derniers. Dans cette optique, la télévision contribuerait de diverses manières à construire la mémoire nationale. Comment pourrait-elle s'y prendre ?

Selon Henry Breitrose : « la plus évidente passe par les journaux d'information qui tendent à expliquer des phénomènes inattendus en termes d'antécédents historiques et d'insister sur l'importance de ces antécédents. »⁷¹ En effet, la télévision pourrait par le biais des reportages de journaux télévisés diffuser des reportages sur des événements marquants de l'histoire du Gabon. En dehors des journaux, d'autres genres pourraient tout aussi être exploités dans ce dessein. C'est le cas du docufiction ou simplement de la fiction comme nous l'avons relevé avec Veyrat-Masson. Il s'agirait de réfléchir à des scénarii, plus précisément à la production des séries retraçant « le vécu » des différents personnages héroïques précités appartenant à l'histoire (culturelle) du Gabon. Ces fictions emmèneront les Gabonais à « prendre conscience de leur histoire, de leur culture, de leur mémoire nationale. Enfin, du point de vue des croyances, la culture se réfère aux multiples cultes et cérémonies initiatiques qui sont pratiqués dans les

⁷⁰ Yunzhou Liu, « *La télévision en Chine : identité et recherches* », in *Les temps des médias, télévision, mémoire et identités nationales*, L'Harmattan, Paris, 2003, p. 149.

⁷¹ Henry Breitrose, « *Télévision et mémoire nationale* », in *Les temps des médias, télévision, mémoire et identités nationales*, L'Harmattan, Paris, 2003, p. 139.

nombreuses ethnies du Gabon. C'est donc « *l'âme gabonaise* »⁷² en un mot. Dans ce cadre la chaîne de télévision publique pourrait peut-être diffuser ces cérémonies auxquelles prennent part de nombreux Gabonais les week-ends, montrer le déroulement de certains rites tout en les expliquant aux profanes. Ce serait dans une certaine mesure créer des documentaires emprunts d'une certaine cognition pour cadrer avec l'une des définitions de la culture posée par Williams. De toute évidence, un film tiré d'un lieu de mémoire ne pourrait être lu et vu comme mémoire nationale que s'il peut participer de la notion williamsienne de la culture dans sa version à la fois « documentaire », « scientifique et analytique ».⁷³

Ce qui pourrait paraître intéressant dans cette trentaine d'interventions, c'est le fait que nous ayons pour les trois différentes catégories professionnelles (hommes de médias, personnalités politiques), des approches de définitions similaires. Ces approches vont en quelque sorte être mises en relation avec les pratiques culturelles des gabonais à travers l'ensemble du pays.

1.7. Les pratiques culturelles des Gabonais

Après avoir montré ce que quelques Gabonais parmi l'élite politique, médiatique et culturelle appréhendent dans la notion de « culture », par conséquent, après avoir incarné cette notion des « contenus gabonais », il est intéressant de voir concrètement comment la culture est mise en œuvre en termes de pratiques.

Au Gabon comme partout ailleurs, notamment en France⁷⁴, les populations ont des pratiques culturelles identificatoires. Celles-ci sont en lien avec les différentes ethnies dont dispose le pays, de par la diversité de ses coutumes, ses rites et traditions, mais aussi avec la « modernité » politique et économique introduite par la colonisation et étendue par la mondialisation/globalisation aujourd'hui. Dans son analyse de l'histoire de la télévision, Jérôme Bourdon propose des pistes d'analyse permettant de faire le lien entre « le national et le global » en mettant en avant les interactions entre les nations. Il

⁷² Guy Rossatanga Rignault, « Introduction à la nouvelle édition », in André Raponda-Walker, Roger Sillans, *Rites et croyances des peuples du Gabon*, op. cit., p. 14.

⁷³ En exposant les grilles de programmes de Gabon Télévision, dans le chapitre consacré à la place de la culture, nous voyons que les films (culturels) qui sont diffusés sont plutôt des telenovelas, et non des films et séries historiques, biographiques, comme c'est le cas pour la série américaine *Roots* (1977). Cette série a « contribué à populariser l'histoire des Afro-Américains auprès du public... »

⁷⁴ Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français, enquête 1997*, Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, Paris, 1998.

affirme pour ce qui concerne les pays africains que « la télévision était un moyen d'intégrer la population dans une culture commune »⁷⁵. Soulignons que l'attachement à la télévision (ou l'activité télévisuelle en elle-même) en Afrique est une pratique culturelle imitée de l'occident.

Fort de tout ce qui précède, on pourrait à juste titre dire qu'à l'heure actuelle, les pratiques culturelles des Gabonais demeurent toujours ancrées dans les patrimoines culturels matériels et immatériels divers qui les inspirent, leur survivent à travers des habitudes prolongées et modifiées par la modernisation à l'occidentale du pays. Une des hypothèses qu'on peut aussi ici formuler sur la longévité du parti unique, de la faiblesse de l'Etat et de la démocratie en Afrique, au Gabon en particulier, tient à l'ancrage culturel des structures de l'organisation de ce parti unique dans le schématisme traditionnel du pouvoir. En effet, dans ce schématisme-là, le chef est incontesté et meurt aux affaires en désignant son successeur selon des rites et coutumes institués par *le « matérialisme dialectique »* propre, lequel se traduisait encore dans un passé non lointain, par une quête permanente de cohésion ethnique, clanique, sociale et politique au moyen de la palabre permanente, au détriment de la force militaire. Comme on dit couramment dans les milieux populaires africains aujourd'hui, « Un grand reste un grand », « un vieux c'est un vieux ». Dans ce sens, la vétusté l'a toujours emporté sur la raison critique, l'expérience sur la théorie. Rien de moins qu'Amadou Hampâté Bâ⁷⁶ pour le confirmer dans une phrase restée célèbre dans nombre de mémoires africaines : « Quand un vieillard meurt en Afrique, c'est une bibliothèque qui brûle »⁷⁷. Ainsi la modernité africaine se bâtit-elle sur une culture que l'on qualifie désormais de tradi-moderne, c'est-à-dire à cheval entre un conservatisme traditionnel et une certaine ouverture au monde occidental. Elle prend en compte l'expérience que détiennent les personnes âgées en termes de connaissances traditionnelles orales et les nouvelles pratiques culturelles modernes. Dès lors, le poids de la tradition et/ou de ses schèmes détermine toujours les Gabonais, à l'instar d'autres peuples africains, ancrant ainsi leurs

⁷⁵ Jérôme Bourdon, « *La télévision est-elle un média global ? Une perspective historique* », Les temps des médias, télévision, mémoire et identités nationales, L'Harmattan, Paris, 2003, p. 69.

⁷⁶ Amadou Hampâté Bâ (1900-1991) est un écrivain et ethnologue de nationalité malienne, défenseur de la tradition orale africaine, notamment malienne.

⁷⁷ Ce proverbe tient son origine d'un discours prononcé par Hampâté Bâ dans le contexte de l'indépendance du Mali le 22 septembre 1960. Cet ethnologue faisait la demande à l'UNESCO de promouvoir la sauvegarde des patrimoines culturels africains dans leur originalité. D'autant plus que ceux-ci étaient marqués par leur caractère oral.

croyances dans les différentes traditions ancestrales dont ils tirent toujours leurs rites modernes. A propos donc de la conception traditionnelle de la vie, écrit Guy Rossatanga Rignault, on s'aperçoit que dans la pensée traditionnelle, tout s'organise autour d'une notion fondamentale : *la force*. En effet, les anciens Gabonais, comme tous les Bantu concevaient la vie comme un phénomène de puissance, mieux une manifestation de puissance. « La valeur cardinale autour de laquelle s'organisait la société était donc la force entendue non pas comme violence, mais comme énergie vitale »⁷⁸. L'homme gabonais tradi-moderne ne peut donc pas se définir en dehors de la « Force », de « cette énergie vitale » qui se décline sous plusieurs appellations : Esprits, Ancêtres, Dieux, et qu'il rencontre dans la pratique quotidienne de divers cultes⁷⁹ :

- le Mwiri, ou Mangongo. C'est essentiellement une secte d'hommes répandue dans la Ngounié. C'est en quelque sorte une ligue pour la protection de la nature et l'entretien des lieux publics, doublée d'une police secrète destinée à rechercher et punir les coupables (d'exactions) quels qu'ils soient⁸⁰.
- le Bwiti. C'est une religion que l'on retrouve dans plusieurs provinces du Gabon, sous quelques aspects que ce soit. Ainsi le rencontre-t-on dans la Nyanga et la Ngounié (provinces du sud), dans Moyen-Ogooué (province du centre), mais aussi dans le Woleu-Ntem (province septentrionale). Le Bwiti est une société secrète masculine qui a ses rites, son règlement, ses séances secrètes et ses réjouissances publiques⁸¹.
- le Byéri. C'est une des formes du culte des ancêtres. Contrairement au Bwiti, le Byéri n'est nullement une société initiatique, car il n'y a pas d'enseignement en ce sens, ni d'activités secrètes⁸² On le trouve dans le Woleu-tem.

⁷⁸ *Ibidem*, p. 14

⁷⁹ Nous ne pouvons décliner tous les rites du Gabon ici. Cet exercice demande un effort bien plus important en termes de recherches. Aussi nous contenterons-nous d'exposer les rites populaires les plus représentatifs dévoilés par l'ouvrage de Raponda-Walker et Roger Sillans ci-dessus cité.

⁸⁰ André Raponda-Walker, Roger Sillans, *Rites et croyances des peuples du Gabon*, op. cit., p. 232.

⁸¹ *Ibidem*, p. 189.

⁸² *Idem*, p. 146

- le Njèmbè (Ogooué-Maritime), avec le Mabandji (Nyanga), sont des sociétés secrètes féminines jouissant d'une très grande reconnaissance chez la majorité des peuples gabonais⁸³.

Evoquer ces rites, c'est rappeler que la culture a été également définie comme étant «les traditions ancestrales», donc anthropologiques⁸⁴. Les rites sont de ce fait anthropologiques et dictent la conduite aux individus, tout en produisant «le vivre-ensemble». Les rites sont alors des pratiques résurgentes des temps immémoriaux qui disent l'identité d'un peuple, sa vision du monde, son authenticité, etc. A partir d'un rite, on peut affirmer que «telle communauté habite telle ethnie, telle culture». Dans un article consacré au registre symbolique que revêtent les phénomènes comme la mort, la maladie, l'échec, le chômage, les chercheuses gabonaises, Koumba et Mogo Boussengui se sont penchées sur les représentations de la folie chez le peuple Tsogo du Gabon. En posant l'hypothèse selon laquelle «la folie est un trouble non seulement produit par le lignage à travers les pratiques fétichistes dans la quête du pouvoir politico-religieux»⁸⁵, elles montrent l'importance des rites en tant que pratiques. En effet, les rituels de guérison des personnes atteintes de folie constituent un véritable parcours thérapeutique. L'importance de cette mise en exergue des rites pour notre objet de recherche réside dans la possibilité pour la télévision de diffuser ces cérémonies rituelles et ritualisées afin que les publics s'en imprègnent. Prenons l'exemple de la cérémonie rituelle de la circoncision chez la communauté Mahongwè (du groupe ethnique Kota)⁸⁶, dont le sens dans sa double désinence de direction et de signification, veut dire fabriquer l'homme, le rendre citoyen, le sortir du statut d'enfant («infans»)⁸⁷, pour celui de membre à part entière de la communauté. Un membre qui pourra désormais prendre la parole, qui pourra maintenant parler avec les autres hommes sous l'arbre à palabre (ou dans le Mbandja, le Nzimba, qui sont des temples du

⁸³ *Idem*, p. 239.

⁸⁴ Cf. Tome II, annexe 23, transcription n° 4, vidéo d'enquête au village Loubomo où nous observé les préparatifs du rituel d'un «retrait de deuil» traditionnel. Cf. vidéo (annexes numériques).

⁸⁵ Célestine Koumba, Amélie Mogo Boussengui, «Les maladies mentales dans l'Afrique noire contemporaine. Représentations de la folie «oghio» et «otsogha» et fétichismes en contexte Mitsogo», *Revue Oudjat en Ligne*, numéro 1, volume 2, janvier 2018.

⁸⁶ Un documentaire de Antoine Abessolo Minko, nommé *Itchinda ou la circoncision chez les Mahongwè*, produit par le CENACI (Centre National du Cinéma) à ce sujet est disponible sur YouTube à l'adresse <https://youtu.be/byjU32fVFac>, mis en ligne le 3 septembre 2016.

⁸⁷ Terme emprunté au psychanalyste hongrois Sandor Ferenczi, désignant l'enfant qui n'a pas encore acquis le langage.

patrimoine culturel matériel) ; afin de participer à la vie du groupe social auquel il appartient. C'est en ce sens que les rites peuvent être culturels et leur diffusion par le média répondre aux attentes culturelles des publics puisque la plupart d'entre eux sont consubstantiels aux cultures qui les portent et les rendent possibles.

Pour ce qui est du patrimoine culturel matériel, nous pouvons répertorier le matériel initiatique et rituel (les plantes, les statuares, les instruments de musique, les masques, les colliers et talismans, etc.) ; les constructions de cases villageoises (murs en terre battue, toiture en paille, etc.) et des temples quasi-identiques du nord au sud du Gabon, avec une organisation des espaces avant et arrière-cour comparables.

Ces données viennent de l'observation directe des structures sociales et anthropologiques des villages que nous avons enquêtés du sud au centre et au centre-ouest du Gabon. En voici quelques photographies extraites de notre album d'enquête de terrain du nord au sud du Gabon :

Photographie n° 1 : Bana à Mayumba, dans la Nyanga au sud du Gabon



Photographie n° 2 : Village Malunga I dans la Nyanga au sud du Gabon



Source : Marina Matsanga Nziengui. Enquête de terrain réalisée au Gabon en juillet-août 2016.

Photographie n° 3 : Oyenano, dans la province de la Ngounié au sud du Gabon



Photographie n° 4 : Ndjolé dans la Province du Moyen-Ogooué au centre du Gabon



Source : Marina Matsanga Nziengui. Enquête de terrain réalisée au Gabon en juillet-août 2016.

Photographie n° 5 : Bifoun, dans la Province du Moyen-Ogooué au centre du Gabon. Exposition-vente des produits culturels sur la voie publique : masques Fang, Punu, Myènè, kota, etc.



Source : Marina Matsanga Nziengui.
Enquête de terrain réalisée au Gabon en
juillet-août 2016.

Ce reportage iconographique réalisé sur l'axe sud/centre-ouest du Gabon, de Mayumba à Bifoun, lors de notre expérience en immersion dans l'arrière-pays atteste au moins d'une chose. En attendant que des enquêtes socio-anthropologiques sur la parenté structurelle – et donc schématique – des ethnies du Gabon se matérialisent, on peut s'appuyer sur les travaux du Sénégalais Cheikh Anta Diop⁸⁸ pour risquer une parenté génétique des rites, cultures et organisation sociale des peuples du Gabon. En attendant que cette hypothèse soit vérifiée, elle peut déjà nous permettre d'admettre l'unicité des structures culturelles rencontrées chez ces peuples tout au long de cette enquête de terrain ; ce, malgré leurs diversités en termes de manifestations linguistiques et sociales, etc. En ce sens, Cyrille Mikala qui réfléchit sur la modernisation de l'habitat en milieu urbain gabonais pense que lorsque la modernité atteignait les milieux ruraux gabonais, les villageois gabonais, sans être nettoyés de leurs considérations symboliques touchant la relation au monde, n'en ont pas été fondamentalement réfractaires. Il écrit : « ils ont érigé et construit leurs habitations en suivant et en respectant le domaine public, notamment la route. Construit de façon perpendiculaire à la route comme signe d'acceptation ou volonté de suivre et de s'arrimer aux réalités modernes, l'espace rural n'a pas tourné le dos à la modernité. »⁸⁹. Mis à part l'effet structurant de la route nationale, des éléments anthropologiques permettent de comprendre cette familiarité de structures villageoises qui frappe l'enquêteur qui parcourt les routes du Gabon. « En l'occurrence, chez les fangs selon Bernardin Minko Mvé, l'espace habité (*dzah*), celui du village précisément, était le lieu des multiples relations « *entre consanguins, alliés et*

⁸⁸ Cheikh Anta Diop, *Parenté génétique de l'Égyptien pharaonique et des langues négro-africaines : processus de sémitisation*, Les Nouvelles Editions Africaines, Université de Virginie, 2007.

⁸⁹ Cyrille Mikala, « Conscience symbolique de l'espace et modernité de l'habiter au Gabon. Réflexion autour du devenir de l'esthétique de l'environnement urbain (Libreville, Port-Gentil), in « Savoirs endogènes et développement de l'Afrique », *Editions Oudjat en ligne*, n° 1 volume 1, février 2018, p. 13.

surtout les esprits ». Qualitativement orientée et disposée, sa structuration permettait de distinguer des espaces consacrés aux jeux de ceux réservés aux dépotoirs, tombes, rassemblements divers et « *également d'autres espaces avec lesquels on avait des relations fortes* ». En fait, l'espace traditionnel des sociétés fangs « *n'était pas une donnée naturelle et socialement neutre* ». Visant le bonheur et la joie de l'expérience d'habiter, « *c'était un espace ordonné et humanisé fait par l'homme pour l'homme* ». Cette spatialisation ou organisation poétique, sans n'être qu'une spécificité fang, se trouve présente dans les autres communautés. Chez les Punu et les autres communautés gabonaises, le milieu d'habitation n'était pas reparti et habité sans présumé symbolique.

Si on se place du point de vue de la pratique de l'oralité par le biais des mythes et des épopées comme le Mvett (du groupe ethnique fang), Olendé (du groupe téké – Obamba), Mubwang (du groupe ethnique Punu/meriè), etc., on retrouve cette même parenté structurelle/structurale autour des imaginaires identitaires. Ainsi, au-delà des caractéristiques étiologiques de ces textes oraux, on voit s'y construire la même culture de la puissance, la même révérence aux êtres supérieurs, au même besoin spirituel de conquête et cohésion sociale, etc. Ce qui fait dire au chercheur gabonais Elloue-Engone que « l'école initiatique traditionnelle est sous-tendue par les catégories images. Elle a comme patrimoine : l'initiation (le discernement, la maîtrise intérieure, la tolérance, l'équilibre), la langue, l'ethnie, la généalogie, les médiations sacrées, le temple, [...] »⁹⁰. Est-il cependant juste d'affirmer que la culture traditionnelle organise et ordonne la vie au Gabon ? Vraisemblablement, toute réponse qui se veut objective et logique ne peut que se donner sous une forme négative. Car, à côté de cette culture dite traditionnelle, ainsi que nous l'avons déjà dit plus haut, existe une culture « moderne » introduite par le fait colonial dans les esprits des peuples autochtones, et au compte de laquelle nous retrouvons la littérature, le cinéma, la musique, la danse et le théâtre gabonais, les bibliothèques, les parcs nationaux, les musées, etc. Toutes ces choses font partie de la culture gabonaise qui peut désormais être qualifiée de « culture bicéphale ». Il est encore une réalité évidente qu'on ne peut que souligner avec force. Malgré leur pluralité linguistique, les Gabonais parlent français et ont organisé leur vie

⁹⁰ Alain Elloue-Engone, « Redéploiement paradigmatique en sciences sociales et humaines », in « Patrimoine(s) et dynamiques ». *Aux sources de la tradition, Revue du Laboratoire Universitaire de la Tradition Orale et des Dynamiques Contemporaines* (LUTO-DC), n° 1, *op. cit.*, p. 235.

administrative, politique, sociale et économique selon le modèle que leur a imposé la colonisation. C'est donc également du point de vue français qu'ils voient aussi le monde, car en parlant français, ils sont bien obligés, et au-delà de tout, de le parler avec les points de vue de la langue française et de la culture de l'ancien colonisateur. Ce phénomène mimétique sur lequel repose l'expansion des cultures n'est pas spécifique au Gabon. Il est universel et concerne tout processus historique. Il en est ainsi de la dette culturelle française à la Grèce et à Rome.

Pour terminer avec la définition de culture, nous ne pouvons que faire remarquer l'évolution sémantique de cette notion. Celle-ci s'est faite non seulement de complémentarités, mais aussi et surtout de déconstructions et reconstructions successives.

Si l'ouvrage de Cuche a « pour objet de présenter la notion de culture telle qu'elle est définie et utilisée dans les sciences sociales, (sans être) une réflexion sur la culture dans son acception restreinte, académique, « cultivée », qui renvoie aux œuvres dites culturelles et aux pratiques qui leur sont attachées »⁹¹, notre thèse se positionne sur une dimension contraire. En effet, la définition de la culture pour laquelle nous optons cadre tout à fait avec l'acception académique et est surtout en lien avec les sciences de l'information et de la communication en rapport avec notre objet : la *télévision*. Il est donc important de noter que le terme étant utilisé dans plusieurs disciplines et ne répondant à aucune définition exclusive, en sciences de l'information et de la communication (SIC), plus précisément du côté des médias, la culture a tout un pan nouveau, lié à l'économie des médias : les industries culturelles ou de l'imaginaire et de l'esprit. Dans ce cas de figure, les entreprises médiatiques se muent en producteurs de culture au sens où elles produisent des contenus médiatiques destinés à nourrir leurs programmations⁹². C'est le cas des médias comme Canal+, Arte, TF1, etc.⁹³. Avec l'apparition de ce type de médias aujourd'hui dits médias traditionnels, est née la culture de masse qui désigne la consommation de la culture diffusée par les mass media, puis l'activité générée par le monde des loisirs et des jeux à la télévision, entre autres médias de ce type. Pour ce faire, il nous faudra restreindre, sinon adapter la définition de la

⁹¹ *Idem*, p. 8.

⁹² Voir Juvemir Machado da Silva, *Les technologies de l'imaginaire. Médias et culture à l'heure de la communication totale*, Paris, Editions La Table ronde, 2008.

⁹³ Voir Christine Leteinturier, Rémy Le Champion (dir.), *Médias, information et communication*. Ellipses, Paris, 2009.

culture au cadre de notre sujet en nous interrogeant sur ce qui relèverait de la culture télévisuelle.

Chapitre II.

Approche(s) de la culture télévisuelle en Sciences de l'Information et de la Communication et chez les professionnels des médias

D'entrée de jeu, on est curieux de dire que la culture télévisuelle est la culture produite et diffusée par la télévision. Il est bien vrai que, comme le souligne Rémy Rieffel, « télévision et culture apparaissent antinomiques aux yeux de beaucoup d'analystes dont les explications sont souvent entachées d'une forte dose de subjectivité, pour ne pas dire de pluralité »⁹⁴.

2.1. Querelles de paradigme et de perceptions autour la culture à la télévision

Il est vrai que pour de nombreux chercheurs, en tête desquels on peut placer le sociologue Pierre Bourdieu pour sa critique au vitriol de la télévision intitulée *Sur la télévision*, en tant que média de masse, les médias, ou du moins les plateaux de télévision ne seraient pas appropriés pour « parler de culture », surtout lorsqu'il s'agit de « culture élitiste ». Ces chercheurs pensent que « tout ce qui concerne les idées passe mal à la télévision »⁹⁵. Ce qui induit le fait que, la culture véhiculée par la télévision est une « culture moyenne » (Morin) ou « mosaïque » (Moles), qui plongerait les

⁹⁴ Rieffel Rémy, *Sociologie des médias, op. cit.* p. 103.

⁹⁵ Dominique Wolton, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*. Flammarion, 1990, p. 171.

télespectateurs dans la consommation, parfois même l'absorption d'une « culture du faux », pour paraphraser Baudrillard, auteur de *La société de consommation*⁹⁶. En effet, Baudrillard y estime que la consommation des produits médiatiques, devenus artificiels, tend à supplanter toute valeur, toute morale, socle même de la culture. À côté de ces auteurs, nous avons des penseurs tels que Wolton, qui s'insurge (dans un contexte de spécialisation des médias dans les années 90) contre les télévisions thématiques dites culturelles. Pour le défenseur du « grand public », faire une télévision exclusivement culturelle, c'est en quelque sorte pratiquer l'exclusion d'une partie essentielle du public pour ne contenter qu'une minorité au nom de l'élitisme et ainsi tomber dans ce qu'il a nommé « l'apartheid distingué ». Dans la quatrième partie de son ouvrage intitulée *L'illusion de la télévision culturelle ou l'espace public fragmenté*, il donne son opinion en ces termes : « L'existence de ces deux caractéristiques essentielles à la télévision-spectacle et divertissement-risque d'entraîner des conséquences dramatiques pour une télévision culturelle dont l'objectif est de toucher un public plus large qu'aujourd'hui. Le public non cultivé n'y accèdera probablement plus et il n'est pas certain que le public cultivé, lui-même, en dépit de sa demande réitérée depuis trente ans s'en servira. Pour le public non cultivé, la culture n'est pas un mot « neutre », mais au contraire fortement chargé de signification sociale. Il est à la fois l'apanage de l'élite, et le signe distinctif par excellence, au sens où « être cultivé », c'est « être distingué » et c'est aussi le moyen de se distinguer du reste de la population »⁹⁷.

De même, Moeglin et Tremblay se préoccupent de « l'avenir de la télévision généraliste » dont l'audience selon eux « souffre de la concurrence des chaînes spécialisées et des nouveaux médias »⁹⁸. Cette contradiction paradigmatique et conceptuelle fait l'objet de nombreux débats dans les milieux des chercheurs en SIC. Mais une grande partie d'entre eux s'accorde à dire que le mariage entre Télévision et Culture peut tout à fait être prononcé. C'est notamment le cas d'Eric Maigret et Eric Macé, qui dans leur ouvrage *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, battent en brèche les points de vue négatifs ou pessimistes sur la question. Ces deux auteurs proposent de procéder au raisonnement inverse. Ils écrivent : « pourtant, les médias d'un côté, la culture de l'autre, ça n'a

⁹⁶ Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Paris, Editions Gallimard, 1996.

⁹⁷ Dominique Wolton, *Eloge du grand public*, op. cit. p.173.

⁹⁸ Pierre Moeglin, Gaëtan Tremblay, *L'avenir de la télévision généraliste*, Paris L'Harmattan, 2005.

jamais vraiment marché [...] Nous évoquons au contraire des médiacultures, points d'intersection de phénomènes démocratiques contemporains de construction du sens et de la valeur, en décroissant l'étude sur les médias (traditionnellement réservée aux spécialistes de la communication) de celle sur les cultures (apanage des spécialistes de l'art, du cinéma, de la culture) et celle sur les politiques de représentation (réservé aux penseurs du politique) »⁹⁹. Cette vision des choses est une sorte de courroie de transmission qui permet de transférer des tensions ou du moins de faire taire les dissonances à propos de la culture de masse, la culture d'élite, la culture populaire, la pop culture, le pop art, la subculture et leurs relations (ou leurs diffusions) aux différents médias. Dans son avant-propos sur *L'esprit du temps*, d'Edgar Morin, Eric Macé explique comment (avec Maigret), il a tâché d'importer les acquis des cultural studies. Avec le tournant gramscien proposé par Hall, ils disposaient d'une théorie des médias et de la culture de masse définis «non plus comme une corruption de l'art et de la culture populaire, mais comme champ de conflits culturels »¹⁰⁰.

Dans la même perspective, François Jost, ainsi que l'équipe de recherche de la revue *Télévision*¹⁰¹, s'attellent à définir ce qu'est la culture télévisuelle. Jost y pose la question de savoir « *quelle culture pour la télévision* » sans en apporter de réponse, laissant ainsi le soin aux professionnels de ce média d'y répondre. En somme, ces auteurs non seulement s'accordent à dire, mais aussi à démontrer que « *quoi qu'il en soit et quoi qu'elle fasse, la télévision véhicule une idée de la culture* ». Leur opinion dominante est que la culture a revêtu différentes acceptions au fil des années, à tel point qu'aujourd'hui elle est désormais liée au spectacle télévisuel et à la création. En quoi parle-t-on « *d'art-culture* ».

2.1.1. La culture et l'approche des professionnels des médias

Selon ces professionnels des médias, tout programme télévisuel peut être adjectivé « *culturel* », dès lors qu'il y est opéré une différence entre culture et éducation.

Pour Giles Delavaud (dans son article consacré à Jean d'Arcy), la télévision peut se vanter d'être un instrument de création de la culture, source à la base de laquelle se

⁹⁹Eric Maigret, Eric Macé, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Armand Colin, Institut National de l'Audiovisuel, Paris, 2005, p. 9-10.

¹⁰⁰Edgar Morin, *L'esprit du temps*, Avant-propos d'Eric Macé, Paris, Editions Grasset Fasquelle, 1962 (pour la première édition, édition de l'Aube pour la présente édition, 2017, p. 10.

¹⁰¹François Jost (dir), *Télévision*, n°2, *Quelle culture pour la télévision ?*, Paris, CNRS, 2011.

trouve toute conception de programme télévisuel. Laurent Fonnet quant à lui nous décrit méticuleusement les différents programmes culturels diffusés sur les chaînes généralistes françaises¹⁰².

Ayant pris connaissance de la controverse autour des approches et/ou définitions de la culture à la télévision, nous admettons que la question de la diffusion de la culture dans ce média peut être abordée frontalement. Pour ce faire, il serait judicieux de définir ce qu'on entend cette fois par émission culturelle.

A en croire les auteurs précités, la télévision est un vecteur « naturel » de culture. En effet, tout programme qui y est diffusé peut être considéré comme culturel, parce qu'étant d'une part, l'adaptation des pratiques culturelles d'un pays, d'un peuple, d'une société, ou même d'une catégorie d'individus, et parce que, d'autre part, permettant aux téléspectateurs d'acquérir toutes formes de connaissances en respectant les contraintes de l'instantanéité, de la masse (le plus grand nombre) et de la standardisation des contenus diffusés (les publics acquièrent les mêmes informations au même moment). Mais dire à quoi renvoie une émission culturelle est tout aussi difficile que définir la notion de culture elle-même. Par exemple, nombre de personnes « s'en tiennent à une vision restrictive, en réservant ce qualificatif à la culture élitiste, les arts et spectacles vivants, théâtre, musique, opéra, ballet, etc. D'autres au contraire que toute émission autre que pur divertissement peut être prise au compte d'une programmation culturelle. D'autres enfin, estiment, que tout est culturel [...] »¹⁰³ [sic] en matière de télévision. Il y a donc autant de définitions que de personnes qui définissent. En ce sens, nous adoptons la position de Fonnet pour qui « un programme culturel [...] au sens strict est un programme qui traite des arts : musique, littérature, peinture, sculpture, musée, cinéma sous forme de retransmission d'un événement ou de magazine [...]. Dans la définition élargie [...] la culture intègre tous les spectacles vivants (concerts, théâtres y compris de boulevards humoristes), les films et fictions de patrimoine »¹⁰⁴. Cette posture théorique nous permettra d'appréhender de l'intérieur même du média gabonais qui fait l'objet de cette thèse, c'est-à-dire Gabon télévision, les différentes appréhensions de la culture, afin de vérifier s'il existe une approche institutionnelle de la culture dans ce média.

¹⁰² François Jost, *op. cit.*, p. 27, p. 54.

¹⁰³ Zheng Liu, *Les chaînes culturelles en France et leur public*, *op. cit.*, p. 20-21.

¹⁰⁴ Laurent Fonnet, article « Les programmes culturels sur les chaînes généralistes gratuites de la Télévision Numérique Terrestre » paru dans de la revue *Télévision*, dossier *Quelle culture pour la télévision ?*, sous la direction de François Jost, *op. cit.*, p. 54.

2.1.2. La culture de la et/ou à la télévision à Gabon Télévision

Dans le tableau n° 1 consacré aux entretiens réalisés avec quelques acteurs médiatiques exposé dans le chapitre précédent, nous avons sollicité, entre autres les hommes de médias publics : Mathieu Koumba, Prospère Tonda Mambenda, Patricia Ontchangalt, Jean-Marcel Sauthon, Lucien Barro Mankey, Ludovic Mouity, Lynda Gnoumba, Bruno Bekale, Jean- Augustin Nzengui, Eustacha Ada et Edgard Kaba actifs à Gabon Télévision ; Max-Olivier Obame et Guy-Roger Ogombe qui sont des acteurs médiatiques toujours importants, puisque l'un (Gabon Télévision) et l'autre (Radio Gabon) continuent de diffuser des contenus.

Nous reprenons dans le tableau qui suit les données précédentes, auxquelles nous soustrairons les statuts professionnels des intervenants.

Définitions de la culture télévisuelle selon les acteurs de Gabon télévision et affiliés

Tableau n° 7 : Culture télévisuelle comme techniques et pratiques journalistiques

N°	Identités	Définitions de la culture télévisuelle
1	Mathieu Koumba	La culture télévisuelle, c'est la connaissance de la télévision dans sa splendeur, au niveau de la réception, la perception et des usages que l'on en fait ; selon qu'on soit programmateur, téléspectateur ou technicien.
2	Patricia Ontchangalt	La culture télévisuelle, c'est pouvoir offrir aux téléspectateurs une fenêtre sur le monde, en leur offrant des programmes variés qui font la valorisation de notre propre culture. En ce qui concerne Gabon Télévision, ses missions sont : informer, éduquer et instruire, donc la culture entre tout à fait dans ce cadre.
3	Prosper Tonda Mambenda	La culture télévisuelle peut s'entendre à deux niveaux : La philosophie que se donne la télévision pour bien mener ses activités. La stratégie qu'une chaîne de télévision met en place en créant les programmes qui sont en phase avec la société. Cette culture doit être possédée par les acteurs de la chaîne, car c'est une sorte de schéma directeur. C'est la norme qu'une télévision s'impose dans le cadre de son organisation. Elle découle d'une vision qui donne une crédibilité à la chaîne.
4	Ludovic Mouity	La culture télévisuelle, c'est la connaissance, ce que la télévision nous apprend, les pratiques télévisuelles liées cet outil et son dispositif technique...En pratiquant ce métier, on acquiert une culture télévisuelle par la fabrication des émissions, le maniement des appareils.
5	Lynda Gnoumba	La culture télévisuelle, pour moi, renvoie à l'ensemble des notions, des savoirs et savoir-faire sur la télévision.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Tableau n° 8 : Culture télévisuelle comme contenus médiatiques

N°	Noms	Définitions de la culture télévisuelle
1	Jean-Marcel Sauthon	La culture télévisuelle, c'est par exemple adapter notre culture au format télévisuel...
2	Bruno Bekale	C'est notre identité dans sa diversité ethnique qu'on diffuse à la télé.
3	Guy-Roger Ogombe	La culture télévisuelle, c'est la transmission par le biais de la technique, par l'image et par le son des vestiges laissés par nos ancêtres simplement.
4	Jean- Augustin Nzengui	La culture télévisuelle, c'est l'ensemble des programmes culturels diffusés à la télévision.
5	Max-Olivier Obame	Notre culture, c'est les rites (Ikoku, Ilombo, Elone, etc.). Mais tout le monde veut comprendre ce qui se fait à Gabon Télévision, pourquoi ce n'est pas diffusé. Les Blancs ont par exemple diffusé un film sur l'Iboga à Gabon Télévision qui est une forme d'expression de notre « culture brute ».
6	Edgard Kaba	La culture télévisuelle renvoie au choix des différents programmes que tel ou tel autre média pourrait décider de privilégier en termes de diffusion. La culture télévisuelle peut aussi renvoyer à l'usage des différentes langues utilisées par le média dans la diffusion des programmes. Par exemple le cas de RTS du Sénégal, qui diffuse certains de ses programmes en langue wolof. C'est un ensemble de choix, mais également la façon de présenter les émissions, au-delà des normes communes qui régissent le métier. C'est une sorte de particularité qui nous différencie les uns des autres dans la pratique du métier ¹⁰⁵ .
7	Eustacha Ada	La culture télévisuelle, c'est une forme de communication. C'est-à-dire un moyen pour la télévision, par ses programmes, de faire connaître la culture des nombreuses ethnies du Gabon par exemple aux populations ; une façon pour elle d'être un véritable vecteur de nos valeurs coutumières ancestrales.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Résumons assez brièvement ces définitions de la culture à la télévision telles que perçues par les acteurs médiatiques des principales chaînes de radio et de télévision d'Etat gabonais. Manifestement, du point de vue des responsables de Gabon Télévision et d'autres acteurs qui y exercent, l'intelligence dominante de la notion de culture télévisuelle est posée sous deux grands angles. Le premier angle est celui lié à la technologie et aux techniques afférentes, aux savoirs et savoir-faire des journalistes (pratiques journalistiques, professionnalisme, habitudes, etc.). Il s'agit d'une culture que l'on pourrait qualifier de « culture professionnelle » en lien avec cette communauté professionnelle que constituent les journalistes de Gabon Télévision. Cette notion de

¹⁰⁵ Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon en juillet- août 2016.

culture professionnelle est entendue ici au sens « d'ensemble de valeurs » exprimées à travers l'éthique, le respect des règles énoncées par le code de la communication en vigueur, qui régit les pratiques dans cette profession, etc.

Le second angle quant à lui a un lien avec le contenu « culturel » des programmes que la télévision peut diffuser. Autrement dit, il se rapporte à la présence dans les émissions des différentes conceptions culturelles précitées (documentaires, traditions, etc.).

Par ailleurs, nous constatons que les définitions de la culture à la télévision ici proposées par les enquêtés ne varient pas d'après le sexe, les fonctions ou le statut des journalistes. On en déduit quelles sont données d'après un point de vue strictement professionnel qui transcende les particularismes et la diversité géo-ethnique du Gabon. Enfin, une des caractéristiques remarquable de ces définitions est la diversité des réponses. A lire entre les lignes, cette diversité donne des indications non négligeables quant à une intelligence institutionnelle de la culture. En effet, chaque enquêté y va de sa propre approche, prenant parfois la réalité vécue pour des vérités théoriques ou conceptuelles. En conséquence, cela ne laisse aucun doute sur l'absence, au niveau de l'employeur qu'est Gabon Télévision, d'un cahier de charge avec des directives parfaitement claires de la culture, tant au niveau de la production, de la réalisation qu'au niveau de la diffusion des programmes dits culturels à la télévision nationale publique.

2.2. L'émission culturelle

Après avoir défini ce qu'est la culture et la culture télévisuelle non seulement au sens large de ce qu'en proposent les théories en Sciences de l'Information et de la Communication, mais aussi au sens plus restreint des hommes du média public qu'est Gabon télévision, il serait enfin bénéfique pour nous de déterminer l'optique dans laquelle nous nous approprierons la notion d'« émission culturelle ».

Pour cela, nous adopterons une démarche « pragmatique », en l'occurrence, en nous tournant à nouveau non seulement du côté des spécialistes des médias, les directeurs de programmes de chaîne de télévision, les journalistes, mais aussi du côté des spécialistes de ce sujet controversé. Ainsi espérons-nous préciser notre approche de la culture à la télévision, de sorte qu'elle fonde ultérieurement nos analyses des contenus culturels télévisés.

Francis Balle, dans *Lexique d'information communication*, affirme qu'une « émission est un programme diffusé par une radio, une chaîne de télévision ou une Web TV et identifié par un générique »¹⁰⁶. Cette première définition peut être enrichie. Pour ce faire, c'est l'article « Les programmes culturels sur les chaînes généralistes gratuites de la Télévision Numérique Terrestre » de Laurent Fonnet¹⁰⁷ que nous évoquerons ici pour renforcer l'approche un peu brute du *Lexique d'information communication*. Fonnet écrit : « Le programme culturel au sens strict traite des arts : musique, littérature, peinture, sculptures, musées, cinéma, sous la forme de retransmission d'un événement ou de magazine. [...] Dans une définition élargie, ils considèrent que la « culture » intègre aussi tous les spectacles vivants (concerts, théâtre y compris de boulevard, humoristes), les films et fiction de patrimoine [...] Puis ils étendent ce genre à tous les programmes éducatifs et d'ouverture aux autres cultures sous forme de documentaires ou de magazines »¹⁰⁸. Cette définition de l'émission culturelle n'établit pas spécifiquement de ligne de démarcation entre la culture sociétale et la culture télévisuelle entendue comme la transposition de la culture vécue au quotidien par le citoyen dans un programme télévisuel. Autrement, la culture télévisuelle devrait pouvoir reproduire, créer voir régénérer les éléments appartenant à la culture d'un peuple sous une ou plusieurs configurations.

Ici intervient la problématique de la ligne éditoriale. En effet, il revient aux chaînes de télévision de définir ce qu'elles entendent ressortir en matière de culture dans les programmes qu'elles diffusent. En France, les chaînes de la TNT ont adopté cette posture, notamment NT1 qui « S'est ouverte aux documentaires animaliers qu'elle considère comme proche de la thématique « culture » par la recherche d'ouvrir l'esprit des plus jeunes à des problématiques de société : une star sauve des animaux (2008/2009) permet de sensibiliser le public, à travers une célébrité, aux problèmes de la planète et des espèces en voie de disparition »¹⁰⁹. Quant à la chaîne de télévision pour enfants Gulli, « la culture signifie la Découverte : éducation, curiosité, ouverture [...] L'objectif est la compréhension de l'autre, l'ouverture et la sensibilisation au

¹⁰⁶ Francis Balle, *Lexique d'information communication*, Paris, Editions Dalloz, 2006, p.167.

¹⁰⁷ Laurent Fonnet était Directeur de la programmation et de la diffusion de TF1 de 1997 en 2004, <https://fr.linkedin.com/in/laurentfonnet>

¹⁰⁸ Laurent Fonnet, « Les programmes culturels sur les chaînes généralistes gratuites de la Télévision Numérique Terrestre », *op. cit.*, p. 54.

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 60.

développement durable »¹¹⁰. Dans cette optique, on conçoit donc que la culture diffusée par les chaînes soit au préalable un concept, une représentation schématique d'un contenu modélisé, organisé et produit en fonction des technologies dont on dispose, pour exprimer des contenus de programmes explicites. En d'autres termes, dans le cas de la France, les chaînes de télévision présentent d'abord au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) leurs différents cahiers de charges, dans lesquels sont précisés leurs objectifs éditoriaux. Aussi, dans ces objectifs, la notion de culture (à diffuser) à l'antenne est-elle formulée de façon claire et fait l'objet de diffusions nationales et internationales en adoptant un point de vue promouvant l'esprit, la langue et la culture français. C'est pourquoi, en rapport avec les définitions des professionnels gabonais des médias, nous nous inclinerons à en décliner la culture télévisuelle non seulement comme un contenu conceptuel inspiré par une culture nationale et que la télévision s'approprie, transforme et diffuse à travers les technologies dont elle dispose, donnant ainsi au téléspectateur un sentiment de continuité entre la réalité socioculturelle de son quotidien et la culture diffusée par le média. Pour ce faire, Jean-Pierre Esquenazi explique que les médias utilisent des styles de langage communs aux cadres et expériences des individus pour relater des « faits qui constituent l'actualité »¹¹¹ de la société. Cette approche fait en quelque sorte la synthèse des positions données par les professionnels des médias publics gabonais et des chercheurs en SIC rencontrés tout au long de nos recherches. A partir de cette approche théorique de la culture à la télévision, ce qui nous interpelle, à savoir ce que la chaîne publique Gabon Télévision, au-delà des professionnels et autres acteurs médiatiques qui y exercent, entend concrètement par « émission culturelle ». Dans cette perspective, il sera opportun de mettre en connexion les contenus culturels de Gabon télévision avec les textes du Conseil National de la Communication (CNC), pendant gabonais du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel français (CSA).

¹¹⁰ Laurent Fonnet, « Les programmes culturels sur les chaînes généralistes gratuites de la Télévision Numérique Terrestre », *op. cit.*, p. 60.

¹¹¹ Jean-Pierre Esquenazi, *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG, première édition 2002, édition 2014.

Chapitre III.

Les télévisions publiques et leurs rapports aux sociétés, aux politiques et à la culture

La société peut se voir sous deux angles : *primo* comme ensemble de populations. *Secundo*, comme corps social avec ses us et coutumes. Si la société est vue comme ensemble des populations, la télévision alors conçue par ses promoteurs pour servir les populations en les informant, les éduquant et en les divertissant par des contenus orientés par l'Etat dont le projet de société transparaît clairement à l'antenne, projet dont les retombés pourraient s'avérer bénéfiques ou pas pour les téléspectateurs. Au cas où la société serait vue comme corps social, la télévision devrait toujours selon ses promoteurs pouvoir refléter ses us et coutumes par le billet de ses programmes également. Car la télévision doit être « le miroir » de la société.

3.1. Télévision, société et information

Si la télévision doit dire la vérité sur la vie des populations, il arrive qu'elle puisse plutôt développer un « projet stratégique » à leur égard par le biais de l'agir politique. Mais au-delà de cette vision bipartite, la télévision constitue néanmoins « un lien

social » pour les individus vivant au sein d'une même société. Dominique Wolton écrit : « En quoi la télévision constitue-t-elle un lien social ? En ce que le spectateur, en regardant la télévision s'agrège à ce public potentiellement immense et anonyme qui la regarde simultanément et entretient, de ce fait, avec lui, une sorte de lien invisible. [...] Mais il y a un deuxième sens. La télévision, comme on le dit souvent, est le miroir de la société, cela signifie que la société se voit- au sens fort du pronom réfléchi - à travers la télévision, que celle-ci lui offre une représentation d'elle-même »¹¹².

Dans le même sens, en évoquant le devenir de la télévision généraliste, Tremblay et Moeglin émettent l'une des hypothèses selon laquelle, la chaîne publique subsistera. En effet, malgré les bouleversements qu'elle connaîtra, les téléspectateurs ne la laisseront pas pour compte. Et par leur engagement, « les Etats contribueront à sa régénération, conscients de la nécessité d'entretenir au service de l'espace public, un ciment, une culture commune, le socle des valeurs fondatrices du « vivre ensemble »¹¹³. La liaison entre télévision et société se bâtit à travers les contenus que ce médium offre à son public. Pour ce qui est du Gabon, nous verrons si Gabon Télévision tisse un « lien invisible » entre les populations qui la regardent au même moment, à travers les différentes villes et quartiers du pays. En même temps, nous nous préoccupons de voir si elle constitue cet « avatar », au sens d'Eric Macé qui, qualifiant la société de « double » de la télévision, dit : « Mais pour que les choses soient encore plus claires s'agissant du réalisme des dimensions virtuelles et actuelles des rapports sociaux considérés, j'ai pensé qu'un terme commun à ces deux dimensions serait encore plus efficace pour signifier que, quelle que soit la forme des matériaux empiriques que nous considérons, nous n'avons jamais affaire, qu'on soit sociologue du travail ou des médiacultures, qu'à la même réalité des mêmes rapports sociaux. Ce terme commun, c'est celui d'avatar : tout comme l'idée hindouiste de « réincarnation du même sous une forme différente » d'où il tire son origine, ce terme signifie que quelle que soit la forme d'objectivation des rapports sociaux que nous étudions (matériels, psychologiques ou symboliques) nous avons toujours affaire à la (presque) même chose sous une forme différente »¹¹⁴.

¹¹² *Op. cit.*, p. 126.

¹¹³ *Op. cit.*, p.8.

¹¹⁴ Eric Macé, *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*, Paris, Armand Colin et Institut National de l'Audiovisuel, 2006, p. 12.

Avant de pouvoir parler des contenus de Gabon Télévision pour comprendre son lien avec le public à proprement dit, nous allons d'abord nous appesantir sur les rapports de ce média avec la politique et/ou le politique.

3.2. Télévision publique et politique

La télévision, par son statut de médium de masse, éveille de nombreux questionnements, notamment au sujet des rapports qu'elle entretient avec d'autres institutions et domaines. Si, dès son apparition, les intellectuels y ont vu un outil d'assujettissement de la pensée de par la standardisation et l'homogénéisation de ses contenus, les hommes politiques, eux par contre, ont vu dans ce média un véritable instrument de démocratisation d'une part, et/ou un moyen par lequel instrumentaliser leur influence sur les foules et les populations, d'autre part. C'est ce qu'exprime Jérôme Bourdon, lorsqu'il affirme que la majorité d'hommes politiques avaient d'abord le souci de contrôler la télévision. A contrario, grand nombres d'intellectuels « n'éprouvaient que mépris pour un nouveau média qui a pris vite une couleur dangereusement populaire-au mieux, on lui demandait de retransmettre directement la « haute culture », sans comprendre les difficultés spécifiques de communication à une large audience »¹¹⁵. En effet, les intellectuels et autres critiques de la télévision estiment que la télévision (de masse), par ses contenus plongent les téléspectateurs dans une sorte de divertissement permanent et malsain. Cette façon d'entrevoir les choses va à l'encontre de la perception politique de ce même média. C'est-à-dire, qu'au sens politique comme gestion des affaires publiques, la télévision doit être un moyen efficace d'éclairer les populations sur ce que les dirigeants mettent en œuvre pour leur bien-être.

Mais l'auteur de *Que sont les médias ?*, en revenant sur les conflits internationaux qu'a connu le monde, à l'instar de la guerre du Vietnam, nous représente les choses sous un autre angle, en mettant l'accent sur les différents rôles joués par le politique. En effet, il dénonce une réelle « volonté d'instrumentalisation des médias » par le politique, notamment en prenant l'exemple de « l'épisode tristement célèbre du faux charnier de Timisoara », au sujet duquel il dit ceci : « Le journaliste témoin qui croyait être au cœur de l'événement est en fait prisonnier de l'emballement médiatique qui s'ensuit, il ne

¹¹⁵ Jérôme Bourdon, *Du service public à la télé-réalité. Une histoire des télévisions européennes 1950-2010*, Paris, Editions INA, 2011, p. 34.

prend plus le temps de procéder aux recoupements nécessaires et participe, sans le savoir à la propagation des rumeurs et d'informations erronées. Celles-ci se répandent d'autant plus vite que les esprits sont mûrs pour les entendre et les prendre pour argent comptant »¹¹⁶. Dans cette même perspective, Noam Chomsky fustige le pouvoir des médias américains pendant la guerre du Viêtnam, démontrant comment, par la collusion entre politique et médias d'Etat, le peuple américain fut désinformé pour inciter, favoriser et faire perdurer la « sale guerre » que de nombreux citoyens américains avaient fini par juger incompréhensible et injustifiée¹¹⁷. Dans *La fabrique de l'information. Le journalisme et l'idéologie de l'information*¹¹⁸, c'est par un autre biais que Florence Aubenas et Miguel Benasayag traitent de ce même sujet, surtout lorsqu'il engage la responsabilité idéologique et professionnelle des journalistes dans le traitement de l'information. Ces ouvrages montrent pour certains et dénoncent pour d'autres les nombreuses stratégies politiques mises en œuvre pour incliner le discours journalistique et donc médiatique dans le sens contraire à la vérité dont les médias sont redevables vis-à-vis du public.

Il faut néanmoins souligner que la télévision joue un grand rôle dans les pratiques politiques, notamment par l'instauration des débats télévisés qui permettent une meilleure visibilité aux personnalités publiques et politiques. Ce fut le cas lors du premier débat télévisé le plus célèbre de la présidentielle américaine confrontant John Kennedy à Richard Nixon en 1960. Aujourd'hui, ce débat est devenu une coutume un peu partout dans le monde. Aussi pouvons-nous affirmer avec Christian Delporte (dans un contexte des années 1950) que : « De nos jours, les stratégies de communication politique et de marketing électoral, convergent sur un média, sinon unique, du moins prioritaire : la télévision source de notoriété »¹¹⁹. Cela correspond, en d'autres termes, à ce que disent Leroux et Riutort au sujet des émissions politiques : « La dramaturgie, sans cesse renouvelée, de l'affrontement, constitue dès l'origine l'un des principaux cadres de la politique par la télévision et redouble, à sa manière, le cadre délibératif

¹¹⁶ Rémy Rieffel, *Que sont les médias ?*, Paris, Editions Gallimard, 2005, p. 116-117.

¹¹⁷ Noam Chomsky, Herman Edward S. *La fabrique de l'opinion publique*, Paris, Le serpent à plumes, 2003.

¹¹⁸ Florence Aubenas, Miguel Benasayag, *La fabrique de l'information. Le journalisme et l'idéologie de l'information*, Paris, La Découverte, 2004.

¹¹⁹ Christian Delporte, *Images et politique en France au XXe siècle*, Paris, Editions Nouveau Monde, 2006, p. 299.

caractéristique de la démocratie [...] »¹²⁰ Quand la politique est vue sous l'angle des partis politiques, la télévision devrait pouvoir relever et relayer la diversité d'expression, et ce en toute objectivité, de façon égalitaire et équitable, des projets de société et les activités desdits partis. Mais cela n'est pas toujours le cas, puisqu'en Afrique en général, et au Gabon précisément. En préfaçant l'ouvrage *Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutations* d'Arthur Sabi Djaboudi, Wilson Ndombet¹²¹ s'insurge à ce propos en ces termes : « [...] le pouvoir en place s'est tout de même attelé à s'approprier le plus grand organe d'information et de la communication au Gabon. Pourvu que l'idéologie du pouvoir soit mieux canalisée et véhiculée auprès des différentes communautés culturelles [...] »¹²². C'est un point de vue « assez tranché » que nous proposons de relativiser, notamment en nous référant aux analyses entreprises par Marcy Delsione Ovoundaga¹²³ dans sa thèse sur *la télévision publique gabonaise*. En effet, en optant pour une approche socio-historique du média, ce chercheur explique comment les contextes politiques influent sur les outils de gouvernement (la télévision par exemple). Dans ce cadre, il énumère trois périodes historiques de l'évolution de Gabon Télévision (ancienne RTG1). Ces différentes périodes sont exposées ainsi : « Il ya donc une première période qui marque la naissance de la télévision [...] allant de 1963 à 1967 [...] Ensuite, il y a une seconde période allant de 1968 à 1990 qui est caractérisée par le monopartisme, le parti unique, le parti Etat qui se charge de donner les orientations générales à toutes les institutions [...] »¹²⁴. C'est probablement à cette période que fait allusion l'historien précité. La troisième période (1990-2014) étant décrite par Ovoundaga comme étant celle de l'ouverture démocratique avec pour mission la « construction nationale ».

La télévision gabonaise aujourd'hui, à l'instar d'autres télévisions nationales en Afrique subsaharienne et celles du reste du monde, connaît de nombreuses mutations tant dans le domaine technologique, institutionnel que juridique. Si en Amérique et dans les pays

¹²⁰ Pierre Leroux-Philippe Riutort, *La politique sur un plateau. Ce que la télévision fait à la représentation*, Paris, PUF, 2013, p.13.

¹²¹ Wilson-André Ndombet est professeur titulaire des universités (Université Omar Bongo de Libreville au Gabon). Enseignant au département d'Histoire, il est spécialiste des développements politiques au Gabon depuis l'indépendance dudit pays.

¹²² Arthur, Sabi Djaboudi, *Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutations*, Préface de Wilson Ndombet, Paris, L'Harmattan, p. 14.

¹²³ Marcy Delsione Ovoundaga, *La télévision publique gabonaise et les enjeux de construction d'une communauté nationale, 1993-2014*, thèse soutenue en sciences de l'information et de la communication, GRESEC, Grenoble, 2017.

¹²⁴ *Op. cit.*, p. 87.

européens, la télévision a toujours constitué un outil de communication essentiel à la démocratie, en Afrique en général et au Gabon en particulier, elle semble s'investir dans un tout autre dessein, celui de servir de plate-forme d'expression aux hommes politiques et à leurs représentants principalement. Ce rapport au politique, nous emmène à remonter dans le passé de la télévision nationale gabonaise pour mieux cerner son histoire, sa législation et même son identité, afin de mieux comprendre ce qu'elle est devenue.

3.3. La télévision nationale gabonaise : histoire, institutions et cadre juridique

3.3.1. Naissance et missions du média

En 1960, le Gabon acquiert son indépendance et trois ans plus tard est créée la télévision nationale sous la dénomination de Radio et télévision Gabonaise chaîne 1 (RTG1) ; soit quatre ans après la radio (28 novembre 1959). Cette institution audiovisuelle naît de l'Office de Coopération Radiophonique Africain (OCORA). Le premier président du pays, Léon Mba, procède à l'inauguration de cette structure, située à cette époque au quartier Louis de Libreville, la capitale, en mai 1963.

A son lancement, la Radio et télévision Gabonaise avait un fonctionnement limité. En effet, les studios n'étaient reliés qu'à deux petits émetteurs, l'un d'un kilowatt, ondes moyennes, l'autre de quatre kilowatts ondes tropicales. Les studios de radio avaient une console de mixage portable, un seul micro, un magnétoscope et une platine de disque. A cette période, elle est écoutée dans plusieurs pays frontaliers au Gabon.

La télévision, inaugurée précisément le 09 mai 1963, avait pour premier directeur Georges Rawiri. Comme il a été précisé plus haut, la mission assignée à ce directeur était celle dévolue aux médias traditionnels dès leur naissance, à savoir : « informer, éduquer et distraire ». Lors de la cérémonie d'inauguration de la chaîne, dans son discours en présence du ministre français de la coopération, le président gabonais s'exprima en ces termes : « [...] La télévision ne sera pas pour nous un simple objet de distraction, elle sera un moyen efficace d'éducation et d'information [...] »¹²⁵. Cette phrase est assez explicite. Elle nous fait réaliser que la Radio et télévision Gabonaise chaîne 1, en dehors de son rôle dans l'action politique, était également destinée à

¹²⁵ <http://gabonautrefois.blogspot.fr/2010/09/lhistoire-de-la-rtg.html?m=1>. Consulté le 16 janvier 2017 à 01h26.

remplir d'autres missions. L'implicite de ce fragment de discours est donc la priorité à la vulgarisation des actions politiques du nouveau président et de son gouvernement. Dans les années 1960, le Gabon est une démocratie pluripartite, mais où des velléités politiques de gestion monopartite du pays sont très fortes, tant est si bien qu'il reste plongé dans une sorte de « *pensée unique* » véhiculée dans tous les foyers où Radio et Télévision Gabonaise est suivie. C'est ce que nous rapportent les propos du président Léon Mba lors de son allocution du 28 novembre 1959, au cours de la première émission de Radio-Gabon : « Les Ministres vous expliqueront aussi souvent que possible tout ce qu'ils font pour votre bien. Car il faut que vous connaissiez la vérité. Tenez, par exemple ; je viens de passer dix jours à Paris avec M. Anguilé, Ministre des Finances, pour discuter de nos affaires avec les Ministres de la communauté. A peine débarqué à Libreville, après toute une nuit passée dans l'avion, j'ai tout juste eu le temps d'embrasser ma femme [...] Le 24, j'ai été à Port-Gentil avec mes amis les Ministres Migolet, Nyonda et Jourdan et le président Gondjout pour l'inauguration d'une nouvelle usine »¹²⁶. Cette façon de traiter l'information ne visait pas à libérer les médias de l'emprise des acteurs politiques, voire même de l'Etat. La télévision gabonaise, elle, ne s'organisait donc pas en fonction des nécessités des métiers de l'information, mais de directives des hommes politiques.

De nos jours, l'ensemble des médias publics gabonais ne sont pas sortis de cette configuration. En effet, Gabon Télévision n'est pas autonome, ni du point de vue de son organisation, ni dans sa gestion, car elle n'établit pas elle-même ses budgets et ne décide pas directement de l'utilisation de ses moyens et attributs. Un tel raisonnement s'appuie sur le fait que les dirigeants de ladite chaîne sont tous nommés par conseil des ministres comme nous le voyons dans le Décret 0725, au chapitre deux intitulé : « De l'organisation, section 2 : De la Direction Générale », en son article 15 : « Le Directeur Général est nommé par décret pris en conseil des Ministres sur proposition du Ministre chargé de la communication, parmi les agents publics permanents de la première catégorie justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins dix ans dans le domaine de la communication. Il est assisté de trois Directeurs Généraux Adjointes

¹²⁶ Direction de l'information de la République gabonaise, « Le président Léon Mba vous parle », Editions Diloutremer, Paris, décembre 1960, p. 58.

nommés dans les mêmes formes et conditions »¹²⁷. Dans les faits, ce n'est pas tant la nomination des responsables de ce média public par le Conseil des ministres qui pose problème, mais les conditions mêmes de cette nomination et le contexte y afférant. D'un point de vue concret, en mettant les responsables du média sous l'autorité directe de leur ministre sans autres contraintes de nomination, s'installe une logique de « connivence », de « dépendance » et de « subordination » entre le média et son autorité de tutelle, entre le responsable du média et son ministre. Dans ce cadre bien précis, on comprend alors pourquoi ce dernier peut interférer sur les programmes, les émissions et leurs contenus, soit par des visites impromptues dans les locaux des principaux médias d'intérêt public, soit par sa présence *in situ* pour assister à des émissions politiques pensées et organisées depuis son cabinet. Dans un passé récent, nombre de ministres s'y rendaient demander des comptes au Directeur général du média, remontés par le fait que ce dernier n'avait pas diffusé des reportages politiques à leurs bénéficiaires dans les journaux de 20 heures¹²⁸. Qu'à cela ne tienne, Arthur Sabi décline les différents rôles que joue le ministre de l'information au sein de Gabon Télévision, essentiellement dans « le contrôle, le filtrage et le verrouillage » de l'information. Dans cette lancée, l'auteur souligne que : « Les ministres en charge de l'information n'hésitaient à prendre des mesures interdisant des allocutions à la radio et à la télévision »¹²⁹.

Ce contexte influe nécessairement sur le corps des professionnels de la communication gabonaise, non seulement des médias publics, mais aussi, par effet de contamination, des médias privés ; des cadres au preneurs de son jusqu'aux journalistes présentateurs des journaux à grandes audiences. Arthur Djaboudi renchérit s'agissant du comportement du journaliste (toute catégorie confondue) : « il se transforme ainsi en propagandiste de l'homme de pouvoir politique ou économique dont il reçoit des libéralités pour services rendus »¹³⁰. En effet, il n'est plus surprenant de trouver certains journalistes de Gabon Télévision ou d'autres médias dans les rangs des militants du Parti Démocratique Gabonais, parti au pouvoir depuis 1968¹³¹. Il est donc peu de dire

¹²⁷ Présidence de la République, Ministère de la communication, de la poste et de l'économie numérique, Décret N°0725 PR/MCPEN portant Création, Organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision.

¹²⁸ Nous tenons ces informations des nombreux témoignages anonymes que nous avons recueillis sur place lors de nos entretiens avec les professionnels de Gabon Télévision.

¹²⁹ *Op. cit.*, p. 95.

¹³⁰ *Ibidem*, p.134.

¹³¹ Lors de notre immersion pendant l'enquête de terrain, il n'était pas rare de voir des photos de plusieurs journalistes en uniformes du parti au pouvoir PDG, affichées aux murs de leurs bureaux.

que, suite à ces faits quantifiables et quotidiennement observables, l'univers politique exerce donc une forte emprise sur les médias nationaux, et en l'occurrence, le pouvoir politique sur la télévision publique nationale. Cela, tant au niveau de la gestion des ressources humaines, qu'au niveau des contenus des différents programmes qui ne reflètent pas la diversité d'opinions, surtout lors des échéances électorales. Ces faits devenus coutumiers dans la réalité médiatique gabonaise se sont propagés, par effet de contamination, dans les médias nationaux, leurs modes de création et de gestion, etc. Tant et si bien qu'ils ont engendré une culture médiatique biaisant aussi bien les notions de liberté d'expression et de médias, d'espace public, d'espace communicationnel, à tel point que nombre de journalistes des médias publics comme des médias privés n'ont plus de cadre structurel à l'intérieur duquel évoluer/travailler selon les règles des métiers de la communication qui sont des « standards universels »¹³². Ainsi, émergent de nouvelles définitions du « journalisme à la gabonaise ». Le journalisme du pouvoir avec ses sous-catégories (journalistes-conseillers en communication des ministres, reporters des cabinets politiques, etc.) se rencontre dans les médias publics et ceux qui sont affiliés au pouvoir, d'une part, et d'autre part, le journalisme de l'opposition, lui aussi avec ses propres sous-catégories : journalistes-militants, journalistes-contestataires, etc. Cet état de fait nous interpelle sur la législation des médias audiovisuels, et principalement sur la législation qui encadre les missions et le fonctionnement de Gabon Télévision quant à sa relation à l'Etat et à sa régulation.

3.3.2. Cadre juridique de la télévision gabonaise. Etat, société et citoyenneté

L'Etat est un concept vaste en termes de définition, souveraineté de l'Etat¹³³ (quelles sont les caractéristiques d'un Etat ?), principes fondamentaux de la philosophie de l'Etat¹³⁴ (qu'est-ce que l'Etat ? l'Etat est un être artificiel, image de l'homme et de la société) et l'Etat appareil de répression sociale¹³⁵ (l'Etat est au service des puissances, confisqué par la classe dirigeante ou la bourgeoisie). Notre objectif ne consiste pas à faire une théorie philosophique de cette notion, mais simplement de l'appréhender dans

¹³² Unesco, Pnud, *Rapport d'évaluation des médias au Gabon basé sur les indicateurs de développement des médias de l'Unesco*, Unesco, Libreville, 2012. Nous insérons ici des guillemets pour relativiser le poids de ces standards sur la réalité objective des pratiques professionnelles nationales.

¹³³ Jean Bodin, *Les Six livres de la République*, Paris, Jacques du Puys, 1576. Le Livre de poche, 1993.

¹³⁴ Thomas Hobbes, *Du citoyen. Principes fondamentaux de l'Etat, suivi de Le Léviathan*, Livre de poche, Paris, 1996

¹³⁵ Karl Marx, *L'idéologie allemande*, Editions sociales, 1977.

son sens « moderne ». En effet, nous pensons avec Philippe Fontaine¹³⁶ que l'Etat, peut être défini comme « la forme consciente et organisée d'une communauté ; il constitue l'organisation rationnelle qui prend des décisions raisonnables afin de sauvegarder cette communauté »¹³⁷. A ce titre, au Gabon est établi un certain nombre de textes comprenant des décrets, des lois, des arrêtés, etc. Ces textes constituent le Gabon en Etat¹³⁸ Mais avant de pouvoir les intégrer à notre analyse, nous nous devons d'en apporter quelques précisions. Pour ce faire, nous nous référerons au *Dictionnaire juridique* de Catherine Puigelier¹³⁹. Pour cette auteure, un arrêté se définit comme étant : « (Droit administratif)- Décision prise par une autorité administrative (ministre, préfet, maire) ». Le décret concerne le « Droit constitutionnel » et s'avère comme « un acte administratif unilatéral à portée règlementaire ou individuelle pris par le président de la République ou le Premier ministre ». Enfin, une loi se réfère au « Droit constitutionnel ». Elle se manifeste comme une « Règle écrite, générale et permanente émanant du parlement »¹⁴⁰.

De ce point de vue, les décrets sont en partie liés à la volonté politique des principaux responsables, gestionnaires de l'Etat que sont le président de la République et son premier ministre. C'est pourquoi on ne peut interpréter les décisions prises par décrets, à propos de la communication publique au Gabon, que comme une manifestation de leur volonté.

Dans cette perspective, le décret n°00735, qui en son article 1 stipule que : « *Il est créé au Ministère de l'Information une Direction de la Radiodiffusion Télévision Gabonaise qui exerce sur le territoire national de l'Etat gabonais en matière de Radiodiffusion et de Télévision* » montre qu'à sa création, la chaîne de télévision publique gabonaise était une direction du ministère de l'information au même titre que ses autres services. Une situation qui permet de rendre plus que plausible l'ingérence de l'Etat gabonais dans le fonctionnement interne de cette structure. Or, par définition, l'Etat est une entité abstraite, et de par cette nature, il est appelé à exercer le pouvoir administratif et politique avec une certaine « neutralité ». Ainsi, pour Bourdieu, se référant à Leibniz,

¹³⁶ Philippe Fontaine est agrégé et docteur en philosophie à l'université de Rouen.

¹³⁷ Philippe Fontaine, *L'Etat*, Ellipses Editions Marketing S.A, Paris, 2010, p. 8.

¹³⁸ Cf. *Journal officiel* de l'AEF, 1959.

¹³⁹ Catherine Puigelier, *Dictionnaire juridique*, Préfaces de Jean-Louis Héryn et de Jeanne Tillhet-Pretnar, Bruxelles, Editions Larcier, 2015.

¹⁴⁰ Catherine Puigelier, *op. cit.*, p. 88, 275 et 589.

l'Etat se pose-t-il comme : « un lieu neutre [...], cette vision de l'Etat comme quasi-Dieu est sous-jacente à la tradition de la théorie classique [...] qui s'exprime dans ce qu'on appelle parfois la science administrative, c'est-à-dire le discours que les agents de l'Etat produisent à propos de l'Etat, véritable idéologie du service public et du bien public »¹⁴¹. Dans ce contexte, la science administrative doit avoir comme lieu toutes les représentations et organes constitutifs de l'Etat. En tant que service public, la télévision en est un démembrement. C'est ainsi que, dans ses missions de service public, doivent être orientées les missions que sont : « informer, éduquer et distraire ». Là, il faudra encore espérer que la télévision agisse en tenant compte du projet social et sociétal que l'Etat aura mis en place. L'ensemble de ce qui précède permet de voir que le pouvoir étatique est certes souverain, mais il est tout de même quadrillé par des textes. En un mot, la télévision est au service de l'Etat, elle l'aide à asseoir un projet de société, à construire le type de citoyen que le pays voudrait avoir. Ce qui permet à la télévision publique d'être l'un des bras séculiers de l'Etat.

De nombreux travaux gabonais sur les médias sont axés sur des questions liées non seulement à la formation aux métiers de l'information et de la communication, mais aussi à l'apport des médias dans la communication publique, notamment dans la démocratie au Gabon. Pour ce faire, il est nécessaire, pour le cas de la télévision publique, de mettre l'accent sur sa mission de service public qui consiste à prendre en compte son rôle d'informer, d'éduquer et de divertir les publics. Cette mission revêt des valeurs qui pourraient être assujetties à la structure politique, juridique et sociale du pays, plus largement, au respect des droits de l'homme, à la protection de l'enfance, à la vulgarisation de la culture et du pluralisme politique. C'est ainsi qu'en 2006, un autre décret pris par le président de la République, stipule en son article 2 : « il est créé et placé sous la tutelle du Ministère en charge de la communication un établissement public à caractère administratif doté de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion financière dénommé Gabon Télévision »¹⁴².

¹⁴¹ Pierre Bourdieu, *Sur l'Etat. Cours au Collège de France 1989-1992*, Paris, Editions Raisons d'agir/Editions du Seuil, 2012, p. 16.

¹⁴² Présidence de la République, Ministère de l'Information, Décret n°0725 PR/MCPEN, portant Création, Organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision, Article 2, Libreville, 21 juin 2011.

Ce décret est intéressant en ce qu'il permet à la chaîne publique gabonaise de changer de statuts. En effet, l'Etat lui octroie de nouvelles missions énoncées à l'article 5 en ces termes : « A ce titre, elle est notamment chargée :

Encadré n° 2 : Journal officiel de la République¹⁴³

- de répondre aux besoins et aspirations de la population en matière d'information, de communication, de culture, d'éducation et de divertissement ;
- d'assurer l'accès d tous les citoyens à la télévision ;
- d'œuvrer à la sauvegarde des valeurs morales, culturelles et patriotiques de la société gabonaise ;
- de concevoir, réaliser et diffuser des programmes de télévision ;
- de respecter la pluralité d'expression ».

Nous voyons dans cette énumération de tâches à accomplir par la chaîne une sorte de déficit ou de manquement. Autrement dit, pour ce qui nous concerne, il est dit que Gabon Télévision doit « répondre aux besoins et aspirations de la population en matière de culture ». La mission est donc générale, c'est-à-dire qu'elle manque de clarté par son imprécision. Elle ne dit pas en quoi consiste ou consisterait cette « culture », ni sous quelle forme la chaîne devrait la rendre accessible. Pour être plus explicite, prenons l'exemple de certains pays de l'Union européenne à l'instar de la France dont les cahiers de charges des chaînes traduisent clairement les préoccupations culturelles des publics en imposant la diffusion de certains programmes comme des spectacles vivants ou en consacrant du temps d'antenne aux émissions littéraires, musicales ou théâtrales. De même, est observée la promotion et l'utilisation de la langue française qui est un élément incontournable de la culture française. C'est ce que souligne dans son rapport l'observatoire européen de l'audiovisuel : « Différentes cultures constituent la société française, marquée par plusieurs vagues d'immigration. Le secteur public doit être le reflet de cette diversité d'origines de la population française, notamment en l'affichant à travers ses programmes et les personnes et professionnels qui interviennent sur ses

¹⁴³ *Journal officiel, op. cit.*

antennes »¹⁴⁴. Mais pour que tout cela soit effectif, les exigences de service public doivent être clairement détaillées dans les textes en vigueur dont la transparence est impérative. Elle permettrait aux autorités chargées de contrôler la mise en pratique des obligations étatiques des chaînes publiques.

3.3.3. Le Conseil National de la Communication

L'examen du rôle de l'Etat dans la législation des médias gabonais en général et de Gabon Télévision en particulier démontre que ce dernier exige de cette chaîne de télévision des missions de service public, même si ces missions apparaissent mal posées ou mal définies. Néanmoins, pour asseoir le cadre juridique de l'exercice des métiers de la communication au Gabon, l'Etat gabonais a créé un organe chargé d'y veiller : le Conseil National de la Communication (CNC)¹⁴⁵. Il est donc important de savoir quel est, sur un plan concret, l'importance de cette institution. Le CNC a été créé en 1991¹⁴⁶ par un décret présidentiel. L'Etat, dans le souci de garantir la liberté de la presse, l'indépendance du service public et l'autonomie institutionnelle des médias audiovisuels de masse, ainsi que la transparence de leurs lignes éditoriales, a mis sur pieds cet organe. Le CNC fixe les bases que doivent appliquer les membres de l'administration, ainsi que les journalistes de la chaîne pour accomplir au mieux leurs tâches respectives. Il a des missions, une organisation et un mode de fonctionnement interne.

La loi organique n°14/91 du 24 mars 1992 portant organisation et fonctionnement du Conseil National de la Communication modifiée par la loi organique n°16/2003 du 16 octobre 2004¹⁴⁷, en l'article 3 de ses dispositions générales, stipule que le CNC comprend neuf (9) Membres, dont trois sont désignés par le président de la République, notamment le président de ladite institution ; trois par le président du Sénat et les trois derniers par le président de l'Assemblée nationale. A travers une lecture comparative des institutions médiatiques du Gabon et de la France, il apparaît très vite que la loi

¹⁴⁴ Susanne Nikoltchev Ed., *IRIS spécial : La culture de service public de radiodiffusion*, Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2007, p. 101.

¹⁴⁵ En Août 2018, le CNC est devenue la HAC : Haute Autorité de la Communication. Son premier fait d'arme est sa décision de suspendre France 2, une chaîne française disponible sur le bouquet numérique Canal + Afrique. La suspension de France 2 avait été délibérée pour une période d'un an. En fin août, la HAC est revenue sur la durée de cette pénalité. La suspension a été ainsi ramenée à 3 mois. Nous reviendrons sur les contours de cette décision dans la troisième partie.

¹⁴⁶ http://www.mediafrica.net/ComAfr_Display.asp?Id=14594&Op=View. Consulté le 19 janvier 2017.

¹⁴⁷ Conseil National de la Communication (C.N.C.), *Recueil des textes*. Première édition. Libreville, mai 2012, p. 14-15. Cf. Tome II, annexe 4, p. 507-502.

organique n°14/91 du 24 mars 1992 propose un « avatar » de celle portant création du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en France. En effet, s'appuyant sur les écrits de Sauvage et Veyrat-Masson, ce rapprochement au niveau juridique de la composition des deux institutions est d'une évidence très nette : « La mesure phare de la loi publiée le 17 janvier est évidemment la mise en place d'un Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Sa composition est la même que celle de la Haute Autorité créée en 1982 : 9 membres désignés par le président de la République, le président du Sénat et le président de l'Assemblée nationale. Leur mandat est de six ans, le président du CSA est nommé par le président de la République, les membres ne peuvent exercer leur activité ou avoir des intérêts dans le secteur de l'audiovisuel, cette obligation étant étendue un an après leur départ de l'institution »¹⁴⁸. Tout comme le CSA, le CNC est investi de missions régaliennes qui régissent son fonctionnement au nombre desquelles nous citons : le fait de veiller au respect de la liberté d'expression, de l'expression de la démocratie (articles 42 à 59 du code), à la défense et l'illustration de la culture gabonaise (articles 2, 77, 79, 156 et 225 du code) et du code de la communication par les différents médias publics et privés.

Parmi les compétences générales du CNC, nous pouvons relever l'article 25 de la loi 14/91 qui précise le Conseil National de la communication élabore un projet de texte de code de la communication déterminant les règles applicables en la matière, ainsi qu'en matière de sondage d'opinion. « Il adresse ses propositions au Gouvernement et l'Assemblée Nationale. Des textes réglementaires déterminent un tant que de besoin, les modalités d'application des règles du code de la communication »¹⁴⁹. Le CNC fait également office d'organe régulateur. Par ailleurs, il peut en toute circonstance sanctionner les médias du paysage audiovisuel gabonais en cas de violations du code national de la communication. En effet, le chapitre IV des dispositions finales, dans son article 41, dispose : « Le Conseil National de la Communication, en cas de manquement ou de violation de l'article 94 de la constitution, des dispositions de la présente loi et du code visé à l'article 25 ci-dessus, peut adresser à l'organe mis en cause des observations publiques et faire appliquer les sanctions appropriées, conformément à

¹⁴⁸ Monique Sauvage, Isabelle Veyrat-Masson, Histoire de la télévision française, Editions Nouveau Monde, Paris, 2014, p. 211.

¹⁴⁹ Conseil National de la Communication (C.N.C.), *Recueil des textes, op. cit.*, p.19.

l'article 96 de la constitution »¹⁵⁰. Il y'a également des cas où le CNC s'autosaisit. Cela est explicite dans l'article 40 régissant le fonctionnement de cette institution de l'Etat : « le conseil émet des avis, adresse publiquement des observations aux médias publics et privés et prononce à leur encontre les sanctions prévues par la loi en cas d'inobservation des textes en vigueur »¹⁵¹.

3.3.4. Les limites du cadre juridique

En théorie, le CNC paraît doté d'une architecture juridique *a minima* honorable, car les missions et les domaines de compétence de cet organe sont bien régis par des textes, décrets, lois, etc. En pratique, leurs applications font l'objet d'une géométrie variable. Dans la plupart des cas, les sanctions du CNC à l'endroit des médias touchent davantage la liberté d'opinion exercée par les journaux anti-gouvernementaux. En effet, nombreux de ces journaux sont suspendus pour des périodes plus ou moins longues, souvent en rapport avec le calendrier politique national ou gouvernemental. Dans le même temps les médias d'Etat ou ceux des partis politiques apparentés au pouvoir, dont les fautes professionnelles sont aussi significatives que celles des médias de l'opposition, restent épargnés par son régime de sanctions. Dans le pire des cas, c'est une citation ou un rappel à l'ordre qui leur est adressé.

Au cours de l'année 2016, à quelques mois des élections présidentielles, le contenu d'un journal dit de l'opposition a été totalement modifié en faveur du pouvoir, dans les locaux même de la seule imprimerie industrielle dont dispose le Gabon et où sont imprimés la majorité des titres de la presse écrite gabonaise, opposition et progouvernementaux y compris. Bien que cette affaire fit grand bruit dans les milieux politiques et médiatiques, le CNC ne dit mot. L'affaire passa sous silence quelques mois plus tard, d'autres affaires prenant le pas sur celles-ci.

A ce jour, avec l'appui de Reporter Sans Frontière dénonçant non seulement la caducité des textes relatifs au code de la communication en République Gabonaise, mais aussi les limites de l'institution gabonaise de régulation des médias, les autorités en sont arrivées à repenser le cadre juridique d'exercice de la communication au Gabon. L'ancien code de la communication hérité des années 1960 était trop répressif. Du reste,

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 21.

¹⁵¹ *Idem*, p. 21.

voici ce qu'en pense Thierry d'Argendieu Kombila : « L'adoption de la première législation est survenue dans un climat marqué par les antagonismes politiques [...] au sujet précisément de l'option du régime à fixer dans la constitution. Le Gabon est passé entre novembre 1960 et février 2001 d'un régime parlementaire à un présidentielisme autoritaire qui tendait à réduire à sa simple expression le pluralisme, la liberté de la presse et d'opinion. Les mesures restrictives des libertés publiques prises à cet effet, cadrent parfaitement avec les dispositions de la loi sur le régime d'autorisation préalable de publication et de diffusion des produits de la presse qui instaurent la censure »¹⁵². Ainsi de 1998 à 2003, l'application de ce code de la communication amena-t-elle trois journalistes de *Le Bûcheron*, *La Griffie* et *Missamu* à subir des « *peines privatives* »¹⁵³, ces journaux ayant tous disparus des kiosques depuis maintenant près de vingt ans. En vertu de ce même code, deux journalistes gabonais vivent officiellement en exil, tandis que ces dernières années, d'autres furent expressément arrêtés par les services secrets gabonais, puis relâchés sous la pression des médias locaux et Reporter Sans Frontière. Sous les auspices du nouveau ministre, après les *Etats généraux de la communication* organisé à Libreville en décembre 2016 par son prédécesseur, ce code répressif a été supprimé. La principale innovation du nouvel arsenal juridique est l'abrogation des délits de presse héritée du précédent, et l'extension de la loi sur la communication aux nouveaux médias (presse en ligne).

Dans la même perspective, lors des récentes élections présidentielles de 2016, la Commission Européenne pour les Elections présidentielles au Gabon avait dénoncé le parti pris du CNC qui s'était affranchi des règles portant sur le code de la communication en République Gabonaise dans les médias d'Etat. La Commission Européenne, comme le reste des acteurs impliqués dans les élections présidentielles de 2016 constatèrent simplement que les médias du service public, notamment Gabon 24 et Gabon Télévision n'ouvraient leurs antennes qu'aux seuls partisans du parti au pouvoir. Censé réguler ce déséquilibre pour respecter le jeu démocratique en période électorale, le CNC n'en avait rien dit. Les faits recensés dénotent d'un « bipolarisme » manifeste, dont le CNC est devenu l'emblème au niveau institutionnel, du moins, dans le champ spécifique de la communication. Cette situation se justifie non seulement par le fait que

¹⁵² Thierry d'Argendieu Kombila, *Démocratie, droit de la communication et politiques publiques au Gabon de 1960 à 2010. Une expérience cinquantenaire*, Libreville, Les Editions Ntsame, 2010, p. 29.

¹⁵³ Thierry d'Argendieu Kombila, *op. cit.*, p. 36.

la plupart des membres nommés du CNC sont affiliés au pouvoir et en sont très dépendants ; mais aussi par les nombreuses contradictions émanant des décisions gouvernementales, celles-ci ayant une forte capacité à affecter son autonomie et son fonctionnement institutionnels. C'est pourquoi il n'est pas surprenant de voir cet organisme public se terrer dans de multiples mutismes, ceux-ci traduisant une faiblesse, voire son impuissance institutionnelle, politique et juridique, et la surdétermination de la mainmise étatique dans sa gestion de l'espace public et communicationnel gabonais.

3.4. Le Conseil National de la Communication et le service public culturel

Le rôle de régulateur des médias au Gabon attribué juridiquement au CNC étant de fait limité, il nous revient de nous questionner sur sa capacité à se reprendre dans la régulation du service public culturel. En effet, si pour le texte fondateur de la Gabon Télévision, la chaîne doit « *répondre aux besoins et aspirations de la population en matière de culture* », il reviendrait au CNC le devoir d'en réguler les contenus, afin de contraindre les médias du service public à rendre conformes ceux-ci avec les aspirations de l'Etat. Le code de la communication en République Gabonaise en son article 60 précise : « Les services et entreprises publics de communication assurent une mission de service public. A cet effet, ils sont chargés de répondre aux besoins et aux aspirations de la population, en ce qui concerne la communication, l'information, l'éducation, la culture et le divertissement. Ils assurent également un traitement équitable à tous les partis et associations reconnus et participent au rayonnement de la culture gabonaise »¹⁵⁴. Si l'Etat s'est soucié d'encadrer juridiquement la production et la diffusion de la culture au niveau des médias publics, il n'en a pas été de même pour ce qui concerne la création d'un cadre juridique de régulation de ces activités. En effet, le CNC ne possède pas de dispositions ou des règles parfaitement identifiées, et donc précises, en cas de non application par les chaînes d'Etat de la loi relative aux contenus médiatiques culturels aussi bien au niveau des médias audiovisuels que de la presse écrite publics, et par extension de tous les médias exerçant au Gabon. Il y a là un vide juridique si important qui pourrait justifier le laisser-faire et les prises d'initiatives personnelles si particulièrement affectionnés par les acteurs de la communication dans

¹⁵⁴ *Code de la communication en République gabonaise*. Loi N°12/2001 du 12 décembre 2001, portant Code de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite en République gabonaise. Titre III, chapitre 1, Direction des publications officielles, p.11.

le pays. En d'autres termes, l'entretien du flou au niveau de la production et de la diffusion des contenus culturels dans les médias laisse penser que seule la politique ou le rapport au pouvoir compte au détriment de la culture au haut sommet de l'Etat. Pourtant, quotidiennement, des mots d'ordre ou des idéologies comme : « L'Unité nationale », des slogans comme : « On est ensemble », « Changeons ensemble »¹⁵⁵ devraient permettre de construire rationnellement, du moins au plan de la communication, les schèmes de l'appartenance des Gabonais à une même nation, voire à un même pays, ne serait-ce du moins au plan culturel.

Nous en venons à nous demander quel rôle joue réellement le CNC au Gabon et quelle compréhension l'Etat se fait de cette institution. Or, nous avons déjà dit plus haut que le service public culturel de Gabon Télévision en lui-même est pauvrement défini par les textes en vigueur, contrairement à ce qui se fait en Europe par exemple. Ce double vide juridique, aux sens aussi bien littéral que métaphorique, creuse encore plus profondément aujourd'hui la tombe de la culture dans laquelle le Gabon se glisse lentement depuis les indépendances, notamment en diffusant dans ses chaînes publiques à diffusion nationale des contenus étrangers en totale déconnexion avec les contextes culturels locaux, et qui transforment ostentatoirement la société gabonaise qui croit y trouver les modèles sociétaux auxquels ils rêvent et des imaginaires significatifs et pertinents. Il en est ainsi des dessins animés comme *Le village dans les nuages*, *Bioman*, *Candy*, *Belle et Sébastien* ; des séries comme *Dallas*, *Top Modèle*, *Rosa Salvage* et toutes les autres telenovelas venues du Brésil et d'ailleurs très densément suivies par les populations gabonaises actuellement grâce aux chaînes satellitaires comme Canal +, les Western et autres films modernes dont la réalité ne cadre ni avec la modernité culturelle locale ni avec les cultures ancestrales. Les chaînes publiques nationales, en manque de contenu locaux significatifs, hier comme aujourd'hui, s'empressent de les diffuser. En d'autres termes, sans capacité de production crédible et viable, et l'absence de stratégie culturelle clairement identifiée, les programmes de télévision publique sont devenus une obsession pour leurs responsables, puisqu'il leur faut réaliser des prouesses

¹⁵⁵ Ce sont des slogans populistes gabonais qui symbolisent le vivre-ensemble. Ils sont souvent récupérés par les hommes politiques lors des différentes campagnes électorales et le plus récent est « Changeons ensemble » utilisé par l'équipe de campagne d'Ali Bongo lors du scrutin présidentiel de 2016 au Gabon.

personnelles¹⁵⁶ pour « caler » une journée d'antenne, sachant que celle-ci commence à 6 heures pour se terminer à 24 heures.

3.5. L'organisation administrative de Gabon télévision

Gabon Télévision est organisée par les textes fixés par le décret n° 0725 au chapitre II des articles 7 à 12 en ces termes :

Encadré n° 3 : Journal officiel de la République¹⁵⁷.

Article 7 : Gabon Télévision comprend :

- Le Conseil d'Administration ;
- La Direction Générale ;
- L'Agence Comptable.

Article 8 : Gabon Télévision est administré par un Conseil d'Administration chargé de définir les lignes générales de son action pour la réalisation des objectifs de l'établissement et le contrôle de sa gestion.

Article 9 : Le Conseil d'Administration de Gabon Télévision comprend, outre son président :

- Un représentant de la Présidence de la République ;
- Un représentant de la Primature ;
- Un représentant du Ministère de la Communication ;
- Un représentant du Ministère du Budget ;
- Un représentant du Ministère de l'Economie ;
- Un représentant du Ministère de la Culture.

Le Directeur Général et l'Agent comptable assistent aux réunions du conseil sans voix délibérative.

Article 10 : Les membres du Conseil D'Administration de Gabon Télévision sont choisis parmi les cadres supérieurs du secteur public, justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins quinze ans dans les domaines de la communication, de l'administration ou des finances et nommés par décret en Conseil des Ministres.

¹⁵⁶ Voir les entretiens avec les acteurs médiatiques en annexe, notamment dans la question liée aux manquements et difficultés auxquels font face les professionnels de Gabon Télévision dans l'exercice de leur métier.

¹⁵⁷ *Journal officiel*, Décret n°0725 PR/MCPEN, portant Création, Organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision, *op. cit.*

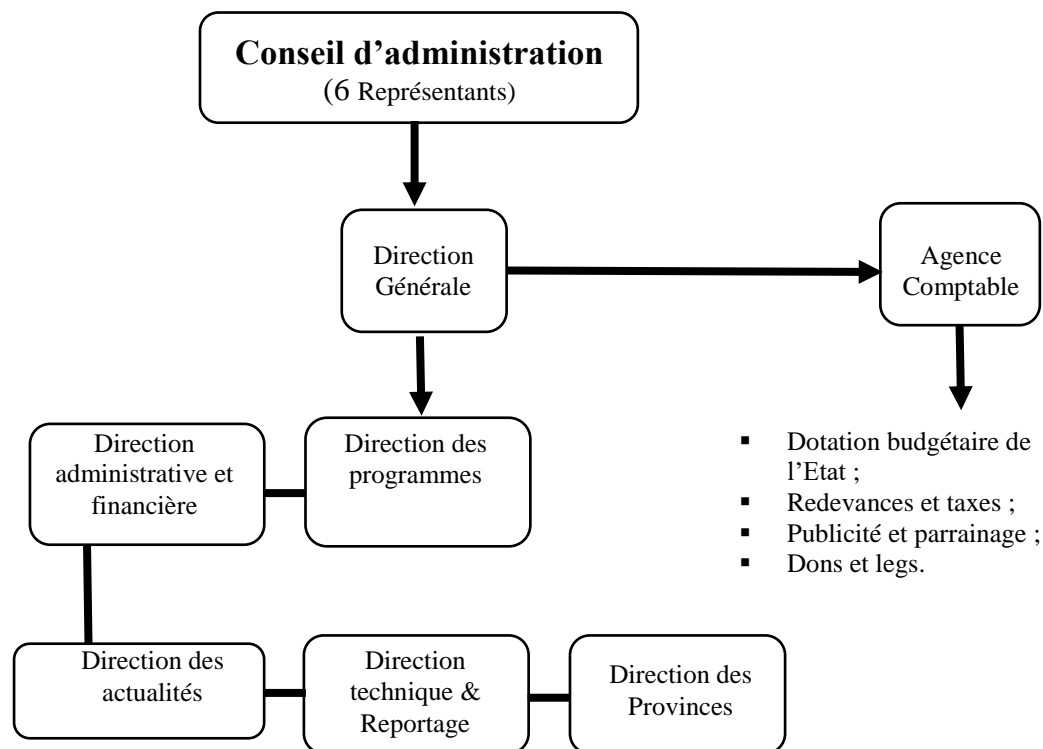
Article 11 : Le Conseil d'Administration se réunit au moins quatre fois par an à la demande de son Président ou des deux tiers de ses membres. Les délibérations du conseil sont adoptées à la majorité simple.

En cas d'égalité, la voix du Président est prépondérante.

Article 12 : Le président du Conseil d'Administration perçoit une indemnité mensuelle forfaitaire fixé par un arrêté du Ministre chargé de la communication. Les autres membres du Conseil perçoivent un jeton de présence par séance

Ces textes portant organisation de la chaîne nous permettent d'en élaborer l'organigramme ci-après :

Schéma n° 1 : Organigramme de Gabon Télévision



Source : Marina Matsanga Nziengui. Réalisé d'après le Décret n°0725 PR/MCPEN, portant Création, Organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision. Grenoble, février 2017.

Pour ainsi dire, cet organigramme met en évidence la structure administrative de Gabon Télévision, non seulement en tant qu'entreprise télévisuelle, mais aussi en tant qu'organisme national de télévision publique. A la base donc, cette institution est

dirigée, par son Conseil d'administration, une structure inspirée du pouvoir exécutif comprenant le représentant personnel du Président de la République et cinq membres du Gouvernement. Ceux-ci en détermineraient le cahier de charge, et *in fine*, dicteraient la conduite à suivre au Directeur Général. En d'autres termes, nous sommes face à un système où pourrait se configurer une circulation de l'information. D'une part, se trouvent les représentants de l'Etat avec des conceptions de la culture que nous avons analysé au début de cette partie et d'autre part celles pensées par les acteurs médiatiques. De cette « réunion » de ces deux parties, devrait découler une (ou plusieurs) approche(s) de la « culture » (identité, traditions, rites et coutumes, documentaires) qui serait adoptée dans les différents contenus des programmes.

Chapitre IV.

La programmation à Gabon

Télévision : stratégie ou

« pilotage à vue » ?

En classant sous deux aspects différents les représentations de la culture télévisuelle établies par les acteurs médiatiques, en l'occurrence ceux de Gabon Télévision, il nous paraît important de jauger l'adéquation de leurs discours avec la programmation de ladite chaîne. En effet, si pour les acteurs médiatiques du service public gabonais, la culture télévisuelle renvoie aux deux réalités que sont les pratiques journalistiques et le contenu culturel des émissions proposées par leur chaîne de télévision, l'analyse des programmations proposées lors des quatre années (1972, 2013, 2015 et 2016) ainsi que l'étude de l'élaboration des grilles constituent l'objet de ce chapitre. Il a pour objectif de comprendre en quoi consiste l'exercice de programmation d'une chaîne de télévision de service public au Gabon, son cahier de charges et la confection de sa grille de programmes pour pouvoir mieux mesurer sa considération ou sa représentation de la culture.

4.1. Programme et programmation : approches définitionnelles en SIC

Si l'on s'en tient au contexte général de la programmation, les programmes représentent un élément clé de l'étude des médias. En réalité, la chaîne s'identifie à ses programmes

par rapport auxquels, en retour, elle manifeste son identité médiatique, se positionne et affiche ses intentions économiques. Les contenus des programmes fonctionnent comme un appel d'offre aux téléspectateurs qui ont le choix d'y adhérer ou pas.

D'abord, un programme se définit de façon globale, dans le domaine des SIC, et en ce qui concerne l'audiovisuel, comme étant « *une suite ordonnée d'émissions destinées à être reçues simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public* »¹⁵⁸. Ensuite, il nous conviendra, à la lumière de ces propos de Francis Balle, de recourir à Bernard Miège pour évoquer la question des déclinaisons des différents *modèles* constitutifs de la production, de la diffusion et de la distribution des produits. Il s'agit du *modèle éditorial*, du *modèle de flot* et du *modèle de production de l'information écrite*¹⁵⁹ sur lequel ne porte pas particulièrement notre intérêt.

4.2. Les différents types de programmes

4.2.1. Les programmes du modèle de flot

Ce sont des programmes de télévision destinés à une seule diffusion, éventuellement (mais pas exclusivement) en direct. L'information, les retransmissions sportives, les émissions de plateau, les émissions de variétés, les jeux, etc. Ce modèle est « apparu avec la création des stations de radio autour des années vingt et qui marque profondément la télévision généraliste de masse »¹⁶⁰.

4.2.2. Les programmes du modèle éditorial

On les retrouve aussi bien en télévision qu'au cinéma. En ce qui concerne la télévision, ils sont destinés à d'éventuelles rediffusions. Leur valeur ne s'épuise pas à l'issue de la première diffusion. Tout au contraire, ces programmes s'emploient à enrichir le patrimoine audiovisuel. Miège précise que ce modèle « a pris son essor avec l'édition des livres, puis de disques de musique enregistrée et s'est étendu »¹⁶¹. A la suite de Miège, il ne serait pas gênant de se poser la question de savoir quel lien ces différents types de programmes entretiennent avec les contenus diffusés par la télévision ?

¹⁵⁸ Francis Balle, *op. cit.*, p. 335.

¹⁵⁹ Bernard Miège, *La société conquise par la communication. Tome II. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, PUG, 1997, p. 57.

¹⁶⁰ *Op. cit.*

¹⁶¹ *Ibidem.*

Autrement dit, une grille de programme, quelle qu'elle soit, est-elle un objet neutre ou relève-t-elle d'une intentionnalité discursive, qui comme on l'a dit plus haut, procède d'une auto-mise en scène par les médias ? Qu'est-ce que cette intentionnalité révèle-t-elle ou de quoi procède la mise en discours des identités médiatiques à travers les contenus diffusés ? C'est à ces questions que nous allons tenter de répondre dans le sous-point suivant.

4.3. Du programme à la programmation : les enjeux des contenus télévisés

Une chaîne est à la fois une *entreprise*, qui est régie par une logique économique, une *institution* qui se donne des missions dans l'espace public. Elle est aussi une *marque* qui entre en concurrence avec d'autres canaux de diffusion grâce à ses programmes et à sa programmation. Ces trois instances agissent, chacune à sa manière, sur la programmation¹⁶². En termes plus clairs, qu'est-ce qu'est la programmation dont relève le programme ? C'est avec Bernard Miège que nous nous proposons de donner suite à cette interrogation.

En abordant la question des nouveaux médias, Miège met en effet un point d'honneur sur la notion de programmation. Cette notion, pour une chaîne de télévision ou une station de radio, représente non seulement un choix des programmes et un agencement de leur diffusion réalisés dans l'optique d'une fidélisation maximale du public. Elle renvoie également à une *fonction centrale* pour les médias dont « [...] ils n'auraient qu'à ajuster et à relier les éléments et composantes pour satisfaire leurs demandes »¹⁶³. De cette définition découle le fait que la programmation va au-delà du simple alignement de programmes journaliers à diffuser. Elle doit pouvoir répondre aux différents besoins informationnels des téléspectateurs.

Pour enrichir cette définition, nous ferons intervenir d'autres auteurs, notamment ceux qui relèvent d'une part des sciences de l'information et de la communication, et d'autre part, des responsables/dirigeants de médias qui se sont intéressés à cette notion. C'est le cas de François Jost, qui dans son discours sur la théorie de la télévision, informe sur « l'art de programmer ». En effet, pour l'auteur de *Comprendre la télévision et ses*

¹⁶² François Jost, *Comprendre la télévision et ses programmes*, 2^e édition, Paris, Editions Armand Colin 2009, 2013 pour la présente impression, p. 64-65.

¹⁶³ Bernard Miège, *La société conquise par la communication. Tome III. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, PUG, 2007, p. 115.

programmes, la programmation n'est plus seulement « une structuration du temps motivée par le calendrier social, elle s'organise en une distribution parfois arbitraire des émissions en fonction de l'heure, distribution dont le but principal est d'attirer plus de téléspectateurs que les autres chaînes »¹⁶⁴. A la lecture de ce propos, nous voyons bien que la programmation est une affirmation de la chaîne qui consiste à traduire une identité qui devrait lui permettre de se distinguer des autres chaînes de télévision, mais aussi d'accorder de l'attention au public qui la regarde afin de pouvoir le fidéliser. La programmation illustre donc la philosophie d'une chaîne en matière de ligne éditoriale. Pour leur part, Rémy Le Champion et Benoît Danard estiment que « la nature des contenus, les caractéristiques des programmes mis à l'antenne dépendent d'une logique de programmation clairement définie, elle-même fonction d'un mode de financement et du modèle économique retenu par les chaînes »¹⁶⁵.

La perception qu'ont ces deux auteurs de la notion de programmation ne diffère nullement de celles des autres précités, mais elle a la précision d'être comprise comme étant une « logique », une « façon de faire » qui ne reste pas figée, mais qui s'adapte à chaque chaîne selon la vision ou même l'image qu'elle aurait d'elle-même et des objectifs visés en termes de rentabilité.

Par ailleurs, Laurent Fonnet, fait part de son expérience de diffusion et d'édition des programmes, dans son ouvrage *La programmation d'une chaîne de télévision*. Il partage ses observations en ces termes : « La programmation est l'organisation de la rencontre entre un programme audiovisuel et le public. La relation entre une chaîne de télévision et le téléspectateur repose sur la confiance de ce dernier, qui est fondée sur la capacité du média à tenir ses promesses de plaisir et à satisfaire les attentes du public »¹⁶⁶. Cette approche qui se veut plus explicite et « pragmatique » a le mérite de s'inscrire dans le même canevas que celles auparavant énoncées. En effet, la synthèse que nous pouvons faire de ces nombreuses définitions est que la programmation audiovisuelle s'articule autour des concepts clés que sont : l'*identité* de la chaîne, le *choix* des programmes, la *satisfaction* et la *fidélisation* des téléspectateurs. Ces concepts, dans le cadre de notre recherche vont nous conduire au questionnement suivant :

¹⁶⁴ François Jost, *Comprendre la télévision et ses programmes*, *op. cit.*, p. 31.

¹⁶⁵ Rémy Le Champion, Benoît Danard, *Les programmes audiovisuels*, Paris, nouvelle édition, Editions La Découverte, 2005, 2014, p. 49.

¹⁶⁶ Laurent Fonnet, *La programmation d'une chaîne de télévision*, Paris Editions Dixit, 2003, p. 15.

1. En quoi consiste la programmation d'une chaîne de télévision publique (au Gabon) ?
2. Quel rôle joue une grille des programmes et comment se construit-elle ?
3. Comment s'opère l'acquisition des programmes à diffuser ?
4. Quelle serait la place de la culture dans la programmation (effectuée par Gabon Télévision) ?

Ces questions ne sont pas seulement celle de la connaissance des « principes généraux de la programmation » des chaînes de télévision, ni celle de la construction des grilles de programmes. Elles interrogent également les actes de parole et pratiques professionnelles qui font sens dans la fédération et la fidélisation des publics des chaînes de service public, pour le cas précis, de Gabon Télévision.

4.3.1. Caractéristiques générales de la programmation d'une chaîne de télévision

La programmation d'une chaîne de télévision obéit à une politique, une idéologie, une façon de faire. Cet ensemble résulte de la ligne éditoriale de la chaîne, de son statut et de son cahier de charges à partir desquels elle élabore ses grilles de programmes.

Dans tous les pays, la télévision, avec l'arrivée des chaînes privées, a vu naître des logiques marchandes. Précisément, avec l'émergence des industries culturelles, les pratiques de programmations et de diffusions de contenus ont été modifiées. En effet, les annonceurs, par le biais de la publicité participent en grande partie au financement des chaînes, tout comme le parrainage et la contribution audiovisuelle, notamment la redevance. A ce titre, Miège précise : « les chaînes publiques de radio et de télévision [...] ont fait l'objet d'un contrôle politique direct ; ce contrôle s'est desserré seulement lorsque les ressources d'origine publicitaire sont devenues majoritaires »¹⁶⁷. Pour ce faire, les annonceurs pourraient également exercer une forme de pression sur les chaînes dont les recettes publicitaires sont indispensables à leur fonctionnement. Etant donné que pour certaines chaînes privées par exemple, les recettes publicitaires constituent la principale source de financement, les exigences des annonceurs sont prises en compte et parfois au détriment des aspirations du public. Cet état de fait influe forcément sur

¹⁶⁷ Bernard Miège, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, PUG, 2017, p. 53.

l'exercice de la programmation. Pour Jacques Mousseau, « Les contraintes liées au public ne sont pas les plus difficiles à gérer par le programmateur. Il doit aussi répondre aux demandes des annonceurs, qui pour une chaîne commerciale, constituent son unique source de revenu. Ceux-ci souhaitent diffuser leurs spots publicitaires à tels horaires, en les attachant à telle émission »¹⁶⁸. Les programmateurs font également face à d'autres réalités à l'instar de la concurrence dont nous avons parlé plus haut. En effet la concurrence influence le niveau d'intérêt que le programmateur porte aux téléspectateurs. L'accent est mis sur les besoins de ces derniers en matière de consommation télévisuelle afin de mieux les satisfaire par rapport aux autres chaînes qui murissent la même ambition. La concurrence constitue donc une sorte de motivation qui consiste en des programmes susceptibles d'être regardés par un public cible. Ainsi, le programmateur se pose de nombreuses questions, notamment : comment réussir à garder un téléspectateur sur sa chaîne quand ses concurrents ambitionnent de faire la même chose au même moment ?

En réponse à cette question, il élabore de nombreuses règles qui définissent un « art de programmer »¹⁶⁹. Ce procédé met non seulement un accent particulier sur l'activité journalière du téléspectateur, mais surtout sur les contenus des différents programmes susceptibles de mobiliser son attention et de ne pas l'inciter à regarder les programmes concurrents. Cela implique de connaître un tant soit peu les différentes occupations du téléspectateur (du moins en termes de rapport au temps télévisuel) pour pouvoir envisager d'abord à quel moment il pourra se mettre devant son écran de télévision, ensuite déterminer les programmes à regarder. C'est donc une sorte de définition et même d'anticipation des besoins en matière de contenus télévisuels (informations, films, sport, variétés, documentaires, magazines, etc.) auxquelles se livre le programmateur. Jost le dit en de termes plus explicites : « jusqu'en 1964, la France n'a qu'une chaîne de télévision, qui diffuse essentiellement en soirée. Aussi, l'idée d'articuler la programmation à la vie quotidienne des téléspectateurs ne s'impose pas avec force. Le choix des programmes suit seulement de plus ou moins loin le rythme de la vie sociale : mardi, jour de relâche des théâtres, dramatique ; jeudi, jour de congé des

¹⁶⁸ Jacques Mousseau, « La programmation d'une chaîne de télévision », in *Communication et langages*, n°80, 2^{ème} trimestre 1989, p. 74-89. Cf. http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1989_num_80_1_1103, consulté le 21 mars 2016.

¹⁶⁹ François Jost, *Comprendre la télévision et ses programmes*, *ibidem*, p. 30.

enfants, programmes pour la jeunesse »¹⁷⁰. En tenant ainsi compte de tous les contours liés aux multiples activités quotidiennes du téléspectateur, le programmeur intègre nombreux de leurs réflexes dans l'accomplissement de sa tâche.

4.3.2. Les mécanismes et contraintes de programmation d'une chaîne de télévision

Avec la multiplicité des canaux de diffusion et la diversité d'offres programmatiques, le téléspectateur a divers choix devant lui. Il devient donc difficile, voire impossible de le fidéliser aux programmes diffusés par une seule chaîne. La nécessité de le satisfaire devient une priorité cruciale pour le programmeur dont le travail variera selon le type de chaînes, selon le type de public cible et selon les moyens financiers alloués à la production des programmes.

L'exercice de programmation consiste à adapter certaines pratiques au type de chaînes. En effet, pour ce qui est des chaînes gratuites par exemple, comme pour toutes les chaînes commerciales, le programmeur s'emploiera à répondre aux nombreuses aspirations des annonceurs. Concernant les chaînes payantes, ces aspirations ne dérogent pas à cette règle, à l'exception du fait que leur programmation dans ces chaînes est axée sur le principe de la « maximisation de la satisfaction » du client-abonné.

La programmation des chaînes publiques quant à elle ne tient pas du rapport exclusif aux téléspectateurs et aux annonceurs. Elle met plutôt un point d'honneur sur le respect des notions de service public et sur l'application du cahier des charges de la chaîne. La programmation y comporte également de multiples contraintes. Comme toute autre activité professionnelle, elle peut être confrontée à plusieurs exigences. En effet, bien qu'étant au centre de l'activité télévisuelle, la tâche du programmeur n'est toujours pas facile à exécuter.

Pour ce faire, la nécessité de construire des grilles de programmes adaptées s'impose au programmeur, d'où ces termes portés par Rémy Le Champion et Benoît Danard : « Le métier du programmeur consiste à construire une grille de programmes, ce qui revient à élaborer une suite cohérente et continue d'émissions – un ordonnancement – comme autant de rendez-vous fixes avec le public sous forme de séquences qui s'enchaînent

¹⁷⁰ *Idem*, p. 31.

pour former l'antenne. Cette programmation est dite « linéaire » car elle s'inscrit dans le fil du temps et oblige le téléspectateur à regarder un contenu à un horaire déterminé à l'avance par la chaîne »¹⁷¹. Ce qui n'est pas le cas pour Gabon Télévision dont le non-respect des grilles de programmes constituent des preuves répétées de « rendez-vous manqués ».

Ce propos nous interpelle sur l'importance capitale qu'ont les différentes chaînes de créer des grilles de programmes susceptibles de leur apporter plus de téléspectateurs et de faire « grimper » les taux d'audiences, tout en accordant leur place aux plages publicitaires. A Gabon Télévision, compte tenu du caractère public de cette chaîne, un des moyens pour y parvenir est de « doper » la production, la programmation et la diffusion de la culture pour en asseoir la dimension nationale grâce à la promotion de la diversité ethnique et culturelle du pays.

4.3.3. L'élaboration d'une grille de programmes

En début de ce chapitre, il a été dit que la grande vocation de la programmation est la construction d'une grille de programmes. Il nous importe donc d'en comprendre la faisabilité.

Les programmeurs, ayant pris en compte le rôle capital que joue la grille de programmes au sein des chaînes de télévisions, se surpassent pour fournir aux publics des grilles conçues « sur mesure », entendu par-là des grilles dont la structuration et le contenu attireront divers publics parce que reflétant fidèlement leurs besoins et leurs demandes, et notamment de la demande en contenus culturels.

Chaque chaîne de télévision s'applique à construire sa grille grâce à la mise en forme de ce qu'elle souhaite proposer aux téléspectateurs. Ce travail d'anticipation consiste à prendre en compte les habitudes de vie des téléspectateurs en lien avec le temps social et à leur fixer des rendez-vous « francs » avec les programmes sélectionnés. La sélection ne s'opère pas au hasard, mais se fonde également sur celle des chaînes concurrentielles comme cela a déjà été évoqué plus haut, sur les programmes et sur l'aspect financier. Cela suppose donc pour le programmeur de placer les programmes à la place qui leur conviendrait, de telle sorte à éviter le phénomène du zapping ou de le

¹⁷¹ Rémy Le Champion, Benoît Danard, *Les programmes audiovisuels, op.cit.*, p. 55.

rendre moins fréquent chez le téléspectateur. En effet, il s'agit de prendre en compte le fait que ce dernier, en mettant en marche sa télévision, sait exactement ce qu'il va y chercher. C'est ce qu'explique Jean-Pierre Esquenazi qui s'appuie sur les discours de la chaîne française TF1 : « A l'intérieur du flux, doivent apparaître des émissions que le téléspectateur puisse reconnaître et attendre : le rôle de la grille de programme, comme programmation consiste à permettre ces reconnaissances et ces attentes. Et sa première fonction consiste à marquer le flux, y placer les repères »¹⁷². En focalisant son analyse sur TF1, Esquenazi tente de nous faire comprendre (du moins pour ce qui concerne ce média) que l'exercice de la programmation n'est pas un ornement de programmes, mais un travail structuré, réfléchi. Il se fait en prenant en compte non seulement les aspects antérieurement traités, mais également la formulation d'un contrat de confiance entre la chaîne et le téléspectateur. La chaîne promet de diffuser des programmes à des moments précis et le téléspectateur pour sa part attend la réalisation de cette promesse. Ce contrat se lit au travers de la grille de programmes, qui à son tour obéit à un certain nombre de paramètres. Pour paraphraser Michel Souchon, la programmation dans ce cadre devient un « art de la rencontre »¹⁷³. Et c'est cet art qui, pour nous, constitue les paramètres, les règles mises en jeu dans l'élaboration de la grille de programmes.

Nous avons auparavant énoncé le fait que la construction d'une grille de programmes prend en compte la disponibilité du public, en lien avec son activité sociale, la concurrence installée par les autres chaînes du paysage audiovisuel et la pression des annonceurs. A tous ces aspects, il faut aussi ajouter les différentes périodes ou saisons de l'année. En effet, les grilles de programmes sont souvent saisonnières, car le programmeur les confectionne de telle sorte qu'elles correspondent à des périodes bien définies (rentrée scolaire, vacances, élections, etc.). Pour ce faire, il met premièrement en place une « grille générale standard ou type ». Deuxièmement, il compose une « grille de programme détaillée »¹⁷⁴ sur la base des programmes dont dispose déjà la chaîne et des moyens financiers pouvant lui permettre d'en acquérir d'autres à diffuser en fonction des publics cibles à satisfaire.

¹⁷² Jean-Pierre Esquenazi, *Le pouvoir d'un média. TF1 et son discours*, Paris, L'Harmattan, 1996, p. 67.

¹⁷³ Michel Souchon, « *Les recherches sur l'audience au service de la programmation* », in Serge Proulx (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, L'Harmattan, Paris, 1998, p. 59.

¹⁷⁴ Laurent Fonnet, *La programmation de la télévision à l'ère du numérique. Comment ça marche ?*, Editions Dixit, 2010, p. 31.

La grille de programmes doit obéir à une certaine cohérence, notamment celle en rapport avec le temps, cette part de temps que le téléspectateur peut consacrer à la télévision après (ou avec) ses autres activités (travail). C'est le temps qui est souvent réservé aux loisirs et au repos, donc le programmateur devrait l'intégrer en amont. Pour ce qui est des émissions culturelles par exemple, elles pourraient être diffusées les week-ends ou aux heures de grande écoute pendant les jours de semaine.

Mais la cohérence de la grille de programmes ne se résume pas qu'à la gestion de l'aspect temporel. Elle consiste aussi à relier les nombreux programmes entre eux au-delà de leurs spécificités ; c'est-à-dire que quelle que soit l'indépendance de chaque émission, elle doit pouvoir trouver une logique de programmation qui la positionne les unes après les autres. C'est à ce titre que les programmes entrent concrètement dans les discours télévisuels de la chaîne, tel qu'entendu par Esquenazi, lorsqu'il énumère les principes (principes de multiplicité, de banalité, d'interférence, d'accoutumance) qui sont en arrière-plan du « discours » de la télévision : « Le discours télévisuel est d'abord un fait de société. [...] Viser la banalité télévisuelle, c'est chercher à comprendre le fonctionnement quotidien d'un ensemble de programmes. C'est exactement le considérer comme un « discours », au sens où Michel Foucault entend ce mot : on appellera discours un ensemble d'énoncés en tant qu'ils appartiennent à la même formation discursive », écrit-il dans *L'archéologie des savoirs*. Un ensemble d'énoncé se constitue en discours quand il est soumis à un même système de règles [...]. Ce qui apparaît d'abord de l'énoncé, c'est son caractère singulier, ce qui en fait un événement spécifique. Mais pour montrer l'appartenance de l'énoncé au discours, il faut au contraire le comprendre comme le produit de règles communes »¹⁷⁵. Il ne s'agit donc pas de collectionner ou d'aligner des programmes dans des cases horaires de façon improvisée, mais plutôt d'en structurer les occurrences et coordonner ensuite le discours des énoncés télévisuels. Dans ce processus d'élaboration de la grille de programmes d'une chaîne de télévision, nous n'omettons pas de souligner et de rappeler qu'il ne suffit pas de diffuser des programmes parce que déjà acquis et stockés, mais d'étudier les besoins des téléspectateurs pour mieux y répondre et pouvoir les fidéliser en fonction de leurs besoins et/ou leurs catégories d'âge. Une grille de programmes est susceptible de subir des modifications à tout moment et ce, en fonction des études

¹⁷⁵ Jean-Pierre Esquenazi, *op. cit.*, p. 8-9.

d'audiences menées qui seront la résultante des comportements des téléspectateurs vis-à-vis des programmes qui leur sont proposés. A cela pourraient s'ajouter les exigences des annonceurs et les coûts des programmes proposés.

Fort de tout ce qui précède, nous pouvons affirmer que la programmation télévisuelle, en général, obéit à de nombreux principes qui vont de la prise en compte de l'identité de la chaîne, du respect de son « discours », de son cahier de charges à celui des contraintes extérieures imposées par les logiques financières des fournisseurs et de l'Etat (pour ce qui est des chaînes publiques). Il est nécessaire de questionner le déroulement de la programmation de Gabon Télévision au prisme de ce cadre général prédéfini.

4.4. La programmation au sein de Gabon Télévision

Nous avons vu précédemment que la programmation d'une chaîne de télévision s'appuie sur des logiques qui prennent en compte le statut, l'identité de la chaîne, sa considération pour la satisfaction du public et son rapport aux investisseurs économiques et aux chaînes concurrentes. De ce fait, il est important, voire crucial pour ce travail de comprendre comment la chaîne Gabon télévision se représente la notion de programmation et comment elle la met en œuvre.

D'entrée de jeu, il est important de rappeler qu'au Gabon comme dans le reste du monde, la programmation télévisuelle a été inspirée par la radio. En effet, la programmation à la radio consistait à faire un remplissage des cases-horaires avec les programmes disponibles. Notons également que lors de sa création, la télévision gabonaise n'émettait pas toute la journée : « La télévision diffuse ses programmes quatre jours par semaine, le jeudi et le vendredi de 20 heures à 22 heures 15, le samedi de 20h15 à 22 heures 15 et le dimanche de 20heures 15 à 22 heures 30 mn. Les émissions locales sont rares et la grille de programmes n'existe pas encore. [...] Ainsi, « ...en 1965, la télévision diffusait 5 jours par semaine », ainsi que le note Tidiane Dioh¹⁷⁶.

¹⁷⁶ Tidiane Dioh, *Histoire de la télévision en Afrique noire des origines à nos jours*, op. cit., p. 120.

A cette époque, la programmation n'était pas l'apanage de cette chaîne. Elle n'y a pensé que lorsque le PAG a vu se créer les chaînes de télévision privées et arriver les chaînes câblées.

4.4.1. Programmation et concurrence au Gabon

En effet, en 1977, est créée la deuxième chaîne publique nationale : la Radio Télévision Nationale (RTN), devenue Radio Télévision Gabonaise chaîne 2 (RTG₂) en 1981, après sa reconnaissance par l'Etat. Cette nouvelle chaîne n'impacte pas trop la programmation de la Radio Télévision Gabonaise chaîne 1 (RTG₁) car elles diffusent toutes deux quasiment les mêmes programmes. La concurrence n'émerge au Gabon qu'avec l'arrivée des chaînes privées comme TéléAfrica en 1988. Dix ans plus tard avec TV+, en 2000, avec TV Point noir, elle devient plus importante. Les chaînes Radio Télévision Nazareth (RTN), TV Mbire, Télé-Hermon (TH), TV Schékina (TVS), TV CVS, etc., pour ne citer que celles-là, l'ont rendue encore plus importante. Elle s'est accrue avec la signature de la convention autorisant la commercialisation des produits du bouquet Canal Sat Horizon en 2008 entre le CNC et le groupe Canal Overseas, ainsi qu'avec l'abonnement des populations gabonaises aux chaînes disponibles de la TNT. Toutes ces chaînes de télévision et les divers canaux multipliant les diffusions de programmes ont fragmenté les « audiences » de la première chaîne publique. La télévision au Gabon a ainsi basculé de l'offre à la demande : le téléspectateur gabonais s'est enfin doté d'un panel de choix en matière de chaînes et de programmes à regarder tout au long de la journée. Cette logique de choix instaure la programmation en tant que « savoir professionnel » (avec ses techniques et ses méthodes). Pour une fois, la première chaîne de télévision est confrontée à la perte du monopole d'émission de contenus. Il ne s'agira plus pour cette chaîne de service public de diffuser des programmes de façon spontanée, mais d'attirer et fidéliser des publics.

4.4.2. Programmation et service public au Gabon

La programmation constitue une véritable arme dans l'affirmation des identités des chaînes. Si pour les médias privés, elle consiste à attirer les annonceurs et amasser le maximum d'audiences possibles, pour les télévisions publiques, elle est un moyen juste de faire respecter la qualité des services télévisuels offerts par les chaînes du service

public grâce à l'offre de programmes. De ce fait, ayant pris conscience de cette nécessité, la chaîne a commencé à diffuser au public des programmes qui s'inspirent en partie des recommandations inscrites dans son cahier de charges. Premièrement : la chaîne garantit l'accès de tous les citoyens à la télévision par son entrée dans les bouquets satellites ; deuxièmement : elle doit diffuser des programmes susceptibles de répondre aux besoins informationnels des Gabonais en matière d'éducation, de culture et de divertissement.

Fort de ce qui précède, la chaîne de service public a appris à élaborer des grilles de programmes qu'elle met à la disposition des populations par le canal du quotidien national *L'Union*. Cependant, il est devenu évident que la façon de programmer ou de confectionner les grilles de programmes à Gabon Télévision ces dernières années n'est plus satisfaisante. Malgré de nombreux atouts, sa programmation montre des insuffisances révélatrices de plusieurs manquements en contradiction avec les systèmes de programmation des chaînes de télévision des pays développés. Au regard de ce que nous avons énoncé au sujet des principes généraux de la programmation d'une chaîne de télévision, il nous semble évident que les grilles de programmes proposées par la chaîne publique gabonaise ne respecte plus les rendez-vous fixés à ses téléspectateurs. En effet, les programmes annoncés dans *L'Union* ne correspondent aucunement à ceux que la chaîne diffuse. Or, les principes généraux de programmation dans le secteur de l'audiovisuel énoncent des règles applicables à tous les programmeurs, ce qui hisse la programmation au rang de « science ». Aux règles générales de la programmation pourraient être associées les initiatives personnelles des programmeurs en lien direct avec le statut de la chaîne. Pour que les programmeurs développent des réflexes devant leur permettre de satisfaire le public, ils devraient d'abord observer les goûts et besoins dudit public, ses usages de la télévision. Or, il semble qu'à l'heure actuelle, ce type de préoccupations n'est pas à l'ordre du jour du cahier des charges de rénovation de Gabon Télévision, cette chaîne du service public étant peu intéressée par les enquêtes de mesure d'audience.

Chapitre V.

La place de la culture à Gabon Télévision

L'objet de ce chapitre est de voir comment la « culture » est mobilisée dans les programmes de Gabon Télévision, en partant de l'hypothèse selon laquelle l'expression du culturel n'est pas explicitement définie dans le cahier de charges de cette chaîne.

En amont de cette thèse, nous avons vu que la définition d'une émission culturelle est aussi polysémique que celle de la notion de culture elle-même. Nous sommes cependant parvenue à définir une émission culturelle comme étant un programme qui intègre les spectacles vivants, les films et fictions de patrimoine, les documentaires et magazines éducatifs inspirés des traditions en général, et des traditions gabonaises en particulier. Dans ce cadre très élargi, on considère comme « culturels » tous les contenus répondant à ces critères et provenant de patrimoines africains et/ou étrangers, notamment de l'espace francophone.

L'offre culturelle de Gabon Télévision peut donc être classifiée en trois catégories que sont : la *culture savante*, la *culture cultivée*, en lien avec les arts et les sciences, et la *culture communautaire* en lien avec les pratiques religieuses et croyances ancestrales, donc traditionnelles. Cette classification est indispensable à la méthodologie que nous emploierons dans le processus de recherche des expressions culturelles dans les

différentes grilles de programmes que nous allons analyser. L'analyse prendra également en compte les principes du service public gabonais.

La catégorie *culture savante* est composée d'émissions de connaissance et de découverte, la catégorie *culture cultivée* regroupe les émissions axées sur les sciences et les lettres. La catégorie *culture communautaire* est constituée d'émissions basées sur les arts, les croyances, les rites et coutumes. Ces différentes catégories peuvent se retrouver dans de nombreux genres comme le spectacle vivant, le documentaire, le magazine, la fiction, le talkshow, etc. Déterminer l'expression des formes culturelles dans les différentes grilles de programmes de Gabon Télévision nécessite, comme le préconise Macé, de visualiser tous les programmes diffusés par la chaîne. De ce fait, il faut considérer « comme émission tout élément narratif autonome. Par exemple chaque spot de publicité de 30 secondes est une émission en soi, tout comme un téléfilm de 90 minutes »¹⁷⁷. Ce principe, nous le retrouvons de façon explicite dans son ouvrage *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision* dans lequel il émet des critiques sur la façon dont la télévision française expose le monde dans lequel nous vivons. Eric Macé insiste davantage sur la manière dont sont traitées quotidiennement les thématiques comme le travail, le crime, la sexualité et la race. Il écrit : « [...] « J'ai travaillé sur cette carotte télévisuelle » qu'est une « journée témoin » archivée par l'Inathèque. Le choix fait par moi de la « journée témoin » du 28 janvier 2000 est liée à sa banalité : située fin janvier, elle fait partie de « la grille stabilisée » des programmes, ce qui n'est pas le cas des grilles de « rentrée » (automne), et de fête (de mi-décembre à début janvier) ou « d'été » (de fin juin à début septembre). J'ai visionné et indexé la totalité des émissions de TF1, France 2, France 3 et M6 »¹⁷⁸. Cette méthode nous a inspirée une façon de faire, donc une méthodologie, pour « dénicher » les programmes culturels dans les grilles de programmes officielles (même s'ils ne sont pas toujours considérés comme tels par la chaîne), mais aussi tous les contenus diffusés en temps réel à l'antenne de Gabon Télévision. Pour ce faire, nous présenterons cette analyse en trois points que sont : la méthodologie, l'analyse de contenu des grilles de programmes retenues et l'interprétation des résultats.

¹⁷⁷ Propos tenus par le sociologue Eric Macé lors de l'interview numérique du 15 juin 2006 à l'occasion des 70 ans du *Monde.mobile.fr*, mis à jour le 16 juin 2006 ; consulté le 16 février 2016 à 1h.

¹⁷⁸ Macé Eric, *La télévision et son double. Une journée ordinaire de télévision*, Armand Colin, Paris INA, Bry-sur-Marne, collection Médiacultures, Avril 2006, p.15.

Quelle place Gabon Télévision accorde-t-elle à la culture dans sa programmation ? En termes de réponse à cette question, l'hypothèse suivante est formulée : les programmes culturels que diffuse la chaîne ne sont pas clairement établis en matière de conception et de programmation, raison pour laquelle l'indice de perception de la culture n'est pas satisfaisant. La vérification de cette hypothèse se fera sur la base des données documentaires recueillies lors de notre enquête de terrain. Ces données sont essentiellement composées de grilles de programmes et de textes officiels régissant le fonctionnement de Gabon Télévision. Ces documents, associés au visionnage de la chaîne en direct, nous ont permis de récolter de nombreuses données que l'analyse de contenu nous permettra de traiter.

5.1. Méthodologie de l'analyse de contenu

Selon Jean de Bonville : « l'analyse de contenu s'intéresse à tous les types de messages, écrits (presse), oraux (radio), visuels (affiches, annonces, etc.), audiovisuels (télévision, cinéma, etc.) [...] »¹⁷⁹. Ce principe nous permet de dire que l'analyse de contenu paraît tout à fait applicable à notre analyse. Pour sa part, Laurence Bardin estime que : « l'analyse de contenu se balance entre les deux pôles de la rigueur de l'objectivité et de la fécondité de la subjectivité [...] »¹⁸⁰. C'est l'un des aspects de cette méthode qui nous a (en partie) poussée à la retenir car, dans un contexte où dans les grilles de programmes les contenus culturels ne sont pas désignés comme tels, elle va nous aider à les repérer et les analyser.

Pour ce faire, en nous appuyant sur la méthodologie d'analyse de contenu proposée par Bardin, nous retiendrons que celle-ci requiert plusieurs étapes qui se développent autour de quatre phases : la *préanalyse*, l'*exploitation du matériel*, le *traitement des résultats*, l'*inférence* et l'*interprétation*¹⁸¹.

¹⁷⁹ Jean de Bonville, L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique, Editions De Boeck, Université, Bruxelles, 2006, p. 17.

¹⁸⁰ Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, Presse Universitaires de France, Paris, 1997, 1^{ère} édition, 2^e édition « Quadrige », 2013, 3^e tirage, mars 2016, p. 13.

¹⁸¹ *Op. cit.*, p. 125.

5.1.1. Analyse de contenu des grilles de programmes : le corpus

L'analyse de contenu se concentrera sur un corpus composé des grilles de programmes correspondant, en termes d'évolution ou de durée, à des périodes significatives de l'histoire de Gabon Télévision. Il s'agit d'abord d'une grille de programmes de l'année 1972 retenue en raison de la « précarité » de la grille de 1963 (date de création) et de celle de 1973, année du dixième anniversaire de la chaîne. Ensuite nous avons une autre grille pour l'année 2013. Cette année est symbolique. Elle marque le cinquantenaire de la télévision nationale gabonaise. Les dernières grilles de programmes dont nous disposons sont une grille de l'année 2015, cette année étant l'année de début de nos enquêtes de terrain, y compris de recherche des grilles de programmes, et de 2016, cette année demeurant celle au cours de laquelle nous avons visionné la chaîne en streaming. Si l'objectif premier de ce visionnage était d'analyser les contenus de ses programmes, derrière ce premier objectif il y en avait un second : vérifier le fait que Gabon Télévision avait diffusé des émissions dont les contenus renvoyaient aux grilles mises à la disposition des usagers *via* différents supports de presse écrite encore accessibles au Gabon, et notamment le quotidien national *L'Union*.

Enfin, essayant de faciliter l'analyse de l'évolution des grilles de Gabon Télévision sur une période relativement séquencée, bien entendu en tenant compte de la difficulté relative à l'accès de l'information, Gabon Télévision ne disposant pas d'un service d'Archive¹⁸². Le corpus défini, précisons maintenant les procédures de notre analyse.

5.1.2. Du codage au décompte

Selon Holsti (cité par Bardin) : « le codage est le processus par lequel les données brutes sont transformées systématiquement et agrégées dans des unités qui permettent une description précise des caractéristiques pertinentes du contenu »¹⁸³. Le codage permet en conséquence de transformer le matériel à traiter pour parvenir à mettre en

¹⁸² Pareillement, à la bibliothèque des Archives nationales du Gabon et à celle du quotidien national *L'Union*, il a été impossible de retrouver les grilles de programmes de Gabon Télévision sur la période 1972 (même 1963) –2016. Aussi avons-nous simplement fait le choix méthodologique d'analyser celles disponibles, en ne retenant qu'une grille par année, publiée à une période plus ou moins identique (programmes hebdomadaires) ou différente (mois de publication signalés). Malgré sa faiblesse, cette approche nous permettra de contourner les difficultés inhérentes à l'absence de documents archivistiques. Il aura au moins l'avantage de rendre possible notre objectif de l'analyse comparative des informations obtenues.

¹⁸³ *Ibidem*, p. 134.

relief les discours textuels des médias, notamment à travers une représentation plus accessible des contenus. Pour ce faire, nous procéderons, comme l'exige la méthode Bardin, au découpage (choix des unités), à l'énumération (choix de comptage) et la classification (choix des catégories). A partir de là nous prenons pour unité d'enregistrement l'émission culturelle dont le contexte nous permettra d'en reconnaître la typologie. C'est ainsi que le volume horaire de l'émission culturelle sera posé comme étant une unité d'énumération. Cette façon d'organiser les instruments de l'analyse de contenu permettra par ailleurs de quantifier le temps affecté aux émissions. De plus, elle nous emmènera à étudier les différentes formes d'énumération comme la « présence » (ou « l'absence ») d'émissions et leurs fréquences dans les grilles de programmes.

5.2. Analyse des grilles de programmes

Pour analyser les différentes grilles de programmes de Gabon Télévision, celle de 1972, de 2013 et de 2015, nous allons les retranscrire sous formes de tableaux, en classant les émissions selon leur contenu dans une typologie de programmes, avec le volume horaire correspondant. Les lieux de leurs créations ou de leurs productions permettront d'en indiquer la provenance.

Par ailleurs, nous avons opérationnalisé les différents types de programmes (journaux télévisés, théâtre, découverte, fiction, humour, etc.) retenus par le cahier de charges et les missions de service public de la chaîne Gabon Télévision. Le tableau ci-dessous illustre la synthèse de cette opérationnalisation :

Tableau n° 9 : Opérationnalisation des programmes par rapport au triptyque du service public

Mission de service public	Indicateurs
Mission d'information	<ul style="list-style-type: none"> - Les journaux télévisés - Les bulletins d'informations - Les nouvelles et autres actualités - Les spots de sensibilisations - Messages et communiqués - Prédications religieuses - Sport
Mission de culture	<ul style="list-style-type: none"> - Magazines et documentaires de découverte - Musique - Fictions - Théâtre - Sciences

	<ul style="list-style-type: none"> - Arts - Traditions - Spectacle, danses, chants
Mission de divertissement	<ul style="list-style-type: none"> - Dessins animés - Humour

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Cette organisation permet d'obtenir des données chiffrées qui faciliteront l'identification par type d'émissions, l'étude comparative des données relatives aux compositions de grilles, données acquises au cours de la recherche. Les tableaux ainsi générés devront par ailleurs permettre d'apprécier l'évolution de la diffusion de la culture à Gabon Télévision, aussi bien en termes de volume horaire qu'en termes de stratégies de programmation. Dans tous les cas, le dispositif méthodologique mis en place débouche sur la production des tableaux d'identification des émissions (années 1972, 2013, 2015 et 2016) exposés dans le tome II¹⁸⁴.

En guise d'exploitation des données du tableau numéro 10, « Identification des émissions culturelles de la grille de programmes de septembre 1972 »¹⁸⁵, nous dirons qu'en 1972, l'antenne de la RTG1 démarre à 18h30 et termine la diffusion de ses programmes à 22h55, du lundi au vendredi, et à 22h30 les week-ends.

Dans le tableau n°10, nous comptons un total de 32 émissions, dont la typologie est en lien avec les différentes missions de service public assignées à Gabon Télévision. Ces émissions cumulent un total de 1544¹⁸⁶ minutes en termes de volume horaire global. Nous y dénombrons 18 productions locales (dont 7 émissions culturelles), contre 14 productions externes à la chaîne (dont 12 émissions culturelles).

Dans le tableau numéro 11, « Identification des émissions de la grille de programmes hebdomadaire de 2013 »¹⁸⁷, nous relevons un total de 37 émissions pour un volume

¹⁸⁴ Les tableaux numéros 10, 11, 12 et 13 étant plus longs que les autres, nous avons jugé utile de les mettre exclusivement en annexes. Cf. Annexe n° 7, p. 511-521.

¹⁸⁵ Cf. Annexe n° 7, *op. cit.*, tableau n° 10 : Identification des émissions culturelles de la grille de programmes de septembre 1972, p. 511-512.

¹⁸⁶ Environ 26 heures.

¹⁸⁷ Cf. Annexes n° 7, *ibidem*, tableau n° 11 : Identification des émissions de la grille de programmes hebdomadaire de 2013, p. 513-514.

horaire de 3898 minutes¹⁸⁸. Il existe ainsi 31 productions locales contre 6 productions extérieures. Nous remarquons une très légère prédominance de programmes informatifs (17 programmes) au détriment de la culture (16 programmes). Par ailleurs, le tableau dispose de 4 programmes de divertissement.

Intitulé « Identification des émissions de la grille de programmes hebdomadaire de 2015 »¹⁸⁹, le tableau numéro 12 produit un total de 39 émissions pour un volume horaire global de 5250 minutes¹⁹⁰. On y dénombre également 27 productions locales, 8 productions extérieures et 4 dont ne peut déterminer l'origine. On ne peut ne pas signaler, en termes comparatifs, qu'il y a ici une légère prédominance des programmes culturels (16, dont 12 productions locales) contre 14 programmes de type informatif et 5 programmes de divertissement.

Dans le tableau numéro 13 : « Identification des émissions de « la réalité du visionnage hebdomadaire » de la chaîne en janvier 2016 »¹⁹¹, il ressort un total de 30 émissions, soit un volume horaire de 3339 minutes¹⁹². 22 productions sont locales, 8 productions sont extérieures. Les programmes culturels sont au nombre de 13 (dont 7 productions locales). Le plus grand nombre de programmes est consacré aux émissions d'information, tandis que 2 d'entre elles relèvent du divertissement.

Enfin, diverses autres informations acquises sur le terrain de la recherche, au contact des populations du terroir, conduisent à réaliser un tableau supplémentaire : le tableau synthétique des émissions identifiées comme émissions culturelles locales par les publics de Gabon Télévision. Soit le tableau n° 14¹⁹³.

D'après les informations acquises pendant notre enquête de terrain au cœur du Gabon profond, on a observé que nombre de téléspectateurs de Gabon Télévision se souvenaient d'un certain nombre d'émissions culturelles ayant disparu du PAG non sans

¹⁸⁸ Environ 65 heures.

¹⁸⁹ Cf. Annexe n° 7. Tableau n° 12 : Identification des émissions de la grille de programmes hebdomadaire de 2015, p. 515-516.

¹⁹⁰ Environ 88 heures.

¹⁹¹ Cf. Annexe n° 7. Tableau n° 13 : Identification des émissions de « la réalité du visionnage hebdomadaire » de la chaîne en janvier 2016, p. 517-518.

¹⁹² Environ 56 heures.

¹⁹³ Cf. Annexe n° 7. Tableau n° 14 : Identification des émissions culturelles produites localement basées sur le souvenir télévisuel du public de Gabon Télévision, p. 519-521.

vouloir les voir réapparaître à la télévision publique. Le tableau synthétique précité donne un aperçu de ces programmes. Nous tenons par ailleurs à préciser que les quelques programmes diffusés en 2013 qui y figurent ne sont pas répertoriés dans la grille de 2013 retenue et élaborée par Gabon Télévision.

5.3. Catégorisations

Les émissions portant sur la religion (chrétienne ou islamique) et sur le sport ont été rangées dans la rubrique « information ». L'information est prise ici au sens de Jean-Baptiste Legavre et Rémy Rieffel pour qui « Le mot « information » est un terme qui revêt plusieurs significations. Dans une première acception, il désigne un renseignement sur quelqu'un ou quelque chose qui est susceptible d'être porté à la connaissance d'une ou de plusieurs personnes. Il suppose donc un code commun de compréhension du contenu diffusé »¹⁹⁴.

Cette démarche a été conséquemment adoptée d'une part, par rapport à la problématique relative au lien entre culture et religion, et d'autre part, entre culture et sport. Il ne s'agit pas de définir la culture par opposition à ces deux concepts (religion et sport), mais plutôt d'essayer de comprendre la relation qu'ils établissent avec elle (ou du moins avec le sens que nous lui avons donné plus haut). En effet, culture et religion (ou culture et sport) ne sont pas hypothétiquement liés, mais surtout entretiennent des rapports complexes, faits d'inhérence, de sécularité et de singularités. Tous les fondements de la société et de l'Etat en portent les marques. Le sociologue Pierre Parlebas, en s'intéressant à la question des jeux sportifs, explique que ces derniers sont « profondément enracinés dans une histoire sociale séculaire [et que] les plus anciens d'entre eux [...] sont comme la butte-témoin d'un passé estompé, comme les éléments révélateurs d'une véritable archéologie ludocorporelle »¹⁹⁵. Cette approche qui s'accorde avec les différentes définitions de la « culture » déclinées plus haut est en contradiction avec le sport tel qu'il est conçu et diffusé par Gabon Télévision. Car, le problème réside dans le fait que le sport ou plutôt les émissions de sport que Gabon Télévision diffuse portent sur l'actualité des disciplines sportives (football, handball,

¹⁹⁴ Jean-Baptiste Legavre, Rémy Rieffel, *Les 100 mots des sciences de l'information et de la communication*, Paris, Presse Universitaire de France, première édition, 2017, p. 55.

¹⁹⁵ Pierre Parlebas, *Jeux, sports et sociétés. Lexique de praxéologie motrice*, INSEP, Paris, collection recherche, 1998, p. 198.

volleyball, etc.) pratiquées par imitation et/ou par appropriation. En effet, la pratique nationale de ces sports n'est pas fondée sur la « spectacularisation ». Pourtant, l'exercice du sport est culturellement marqué au Gabon. C'est le cas des combats de lutte (« Meussing ») pratiqués dans le temps par les populations du nord du pays (chez les Fangs), ou le « Ndel Ku » mis au point par un professionnel du sport gabonais dans les années 1990. Les sports traditionnels ont ainsi fait place aux sports dont la pratique ne participe pas de la culture mais de l'exercice physique parfois imposé dès le bas âge à l'école primaire¹⁹⁶.

Les sports de combat étaient « culturels » parce qu'ils s'accompagnaient de rites et de chants qui incitaient les lutteurs à la performance et la victoire sur l'adversaire. Ce qui d'un point de vue pratique fait « l'écho assourdi des grandes croyances sociales du passé, des rapports symboliques entretenus avec le monde et les forces obscures qui l'animaient », comme le souligne Parlebas¹⁹⁷. Un écho lointain mais toujours présent dans l'inconscient collectif et dont le média audiovisuel public gabonais aurait pu être le relai en adaptant ou en transformant les sports en programme culturel à offrir aux téléspectateurs. A ce titre, au Sénégal, la lutte sénégalaise archi-médiatisée a dépassé le cadre sportif puisqu'elle est devenue un sport identitaire grâce à la médiation télévisuelle publique. Elle a aussi produit ses héros nationaux comme « Mike Tyson »¹⁹⁸, notamment Bombardier (l'actuel roi des arènes qui est secondé par Balla Gaye II¹⁹⁹ et une culture sportive assise sur les traditions et les croyances. La lutte sénégalaise bénéficie ainsi d'une diffusion nationale en « prime time »²⁰⁰.

Etant donné que le culturel est « contextuel » et que sa signification sociale est ancrée anthropologiquement, nous pouvons déduire que ni la religion, ni le sport tels que diffusés à Gabon Télévision n'ont de valeur culturelle aux yeux des Gabonais et

¹⁹⁶ A l'heure actuelle, l'engouement autour des sports importés a quasiment disparu. Ceux-ci ne se pratiquent plus que dans le cadre de l'éducation physique ou de divers championnats nationaux qui, eux-mêmes, ont cessé d'être attractifs.

¹⁹⁷ Op.cit., p.199.

¹⁹⁸ Michael Gerard Tyson, dit Mike Tyson est un ancien boxeur américain mondialement connu pour avoir été champion du monde catégorie poids lourds, un extrait de l'un de ses combats est visualisable sur <https://youtu.be/NKgWCkE2n4>, regardé le 06 juillet 2018.

¹⁹⁹ Combat à regarder sur <https://youtu.be/kFWd0fmgo74>, regardé le 06 juillet 2018.

²⁰⁰ C'est le cas de l'émission *Caxabal* diffusée sur la chaîne de télévision publique sénégalaise RTS1. Ce programme axé sur les combats de luttes traditionnelles, sport fédérateur, diffusé en langue nationale ; le *Wolof*. Visualisable sur <https://youtu.be/Sr8CHII02rw>, mis en ligne le 07 avril 2015.

Gabonaises enquêtés. Sur cette base, nous nous sommes employée à catégoriser les émissions culturelles à partir de cette donnée théorique.

5.3.1. Catégorisation des émissions recensées

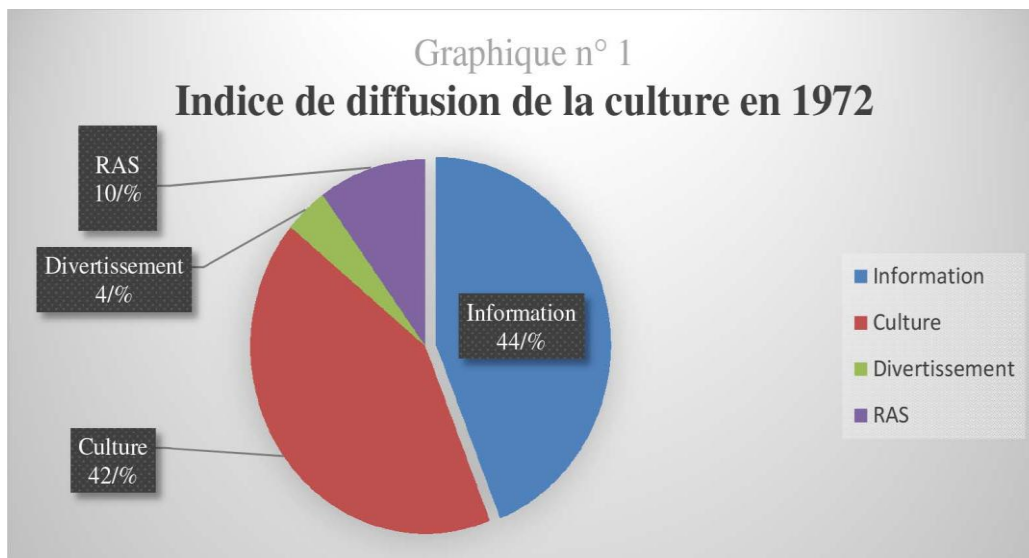
Tableau n° 15 : Grille de 1972

Mission	Nombre d'émissions	Volume horaire en min	%
Information	10	674	44
Culture	19	649	42
Divertissement	02	60	04
RAS	01	161	10
Total	32	1544	100

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Sur 32 émissions diffusées en 1972, 10 relèvent de l'information (674 minutes), soit 44%. Deux émissions ont été classées dans le divertissement (60 minutes), soit 4%. Ensuite il y'a 19 programmes à caractère culturels (649 minutes), soit 42% ; donc moins de la moitié du temps total d'antenne. Par ailleurs existe 1 programme dont nous n'avons pas de substance (161minutes), soit 10%.

Le graphique ci-dessous représente l'indice de diffusion des programmes culturels en 1972 :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

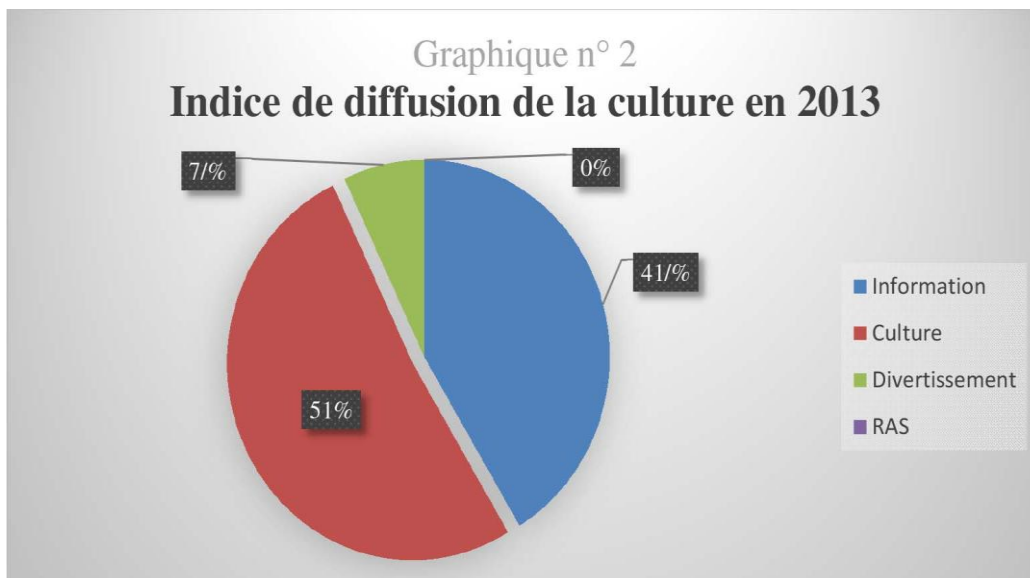
Tableau n° 16 : Grille de 2013

Mission	Nombre d'émissions	Volume horaire en min	%
Information	17	1610	41
Culture	16	2003	51
Divertissement	04	285	07
RAS	00	00	00
Total	37	3898	100

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

En 2013, les émissions se répartissent comme suit : 17 émissions d'information (1610 minutes), soit 41% ; 16 émissions culturelles (2003 minutes), soit 51% ; et 4 émissions de divertissement (285minutes), soit 7%. Un constat se dégage de ces statistiques : on note que les programmes culturels sont les plus diffusés.

Le graphique ci-dessous permet de représenter la part de diffusion des programmes culturels en 2013 :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

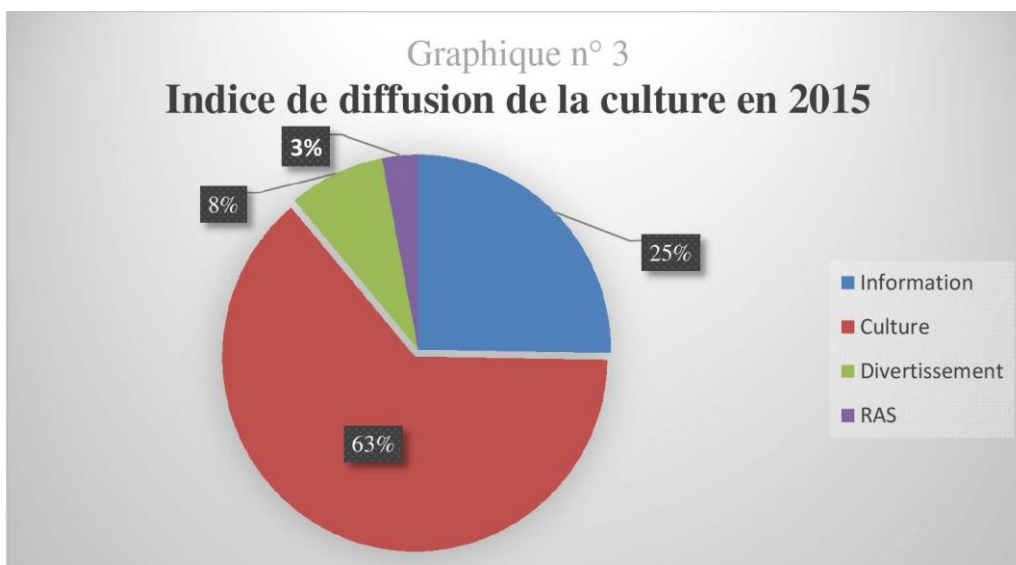
Tableau n° 17 : Grille de 2015

Mission	Nombre d'émissions	Volume horaire en min	%
Information	14	1325	25
Culture	16	3345	63
Divertissement	05	440	08
RAS	04	175	03
Total	39	5285	100

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Pour l'année 2015, nous dénombrons 39 programmes dont 14 émissions d'information (1325 minutes), soit 25% ; 5 émissions de divertissement (440 minutes), soit 8% ; et 16 émissions culturelles (3345 minutes), soit 63%. Notons par ailleurs une prédominance de la diffusion de la culture sur deux autres paliers du triptyque du service public appliqué par Gabon Télévision.

Le graphique ci-dessous représente la part de diffusion des programmes culturels en 2015 :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Tableau n° 18 : Réalité du visionnage de la programmation de Gabon Télévision en 2016

Mission	Nombre d'émissions	Volume horaire en min	%
Information	15	2216	66
Culture	13	1062	32
Divertissement	02	65	02
RAS	00	00	00
Total	30	3343	100

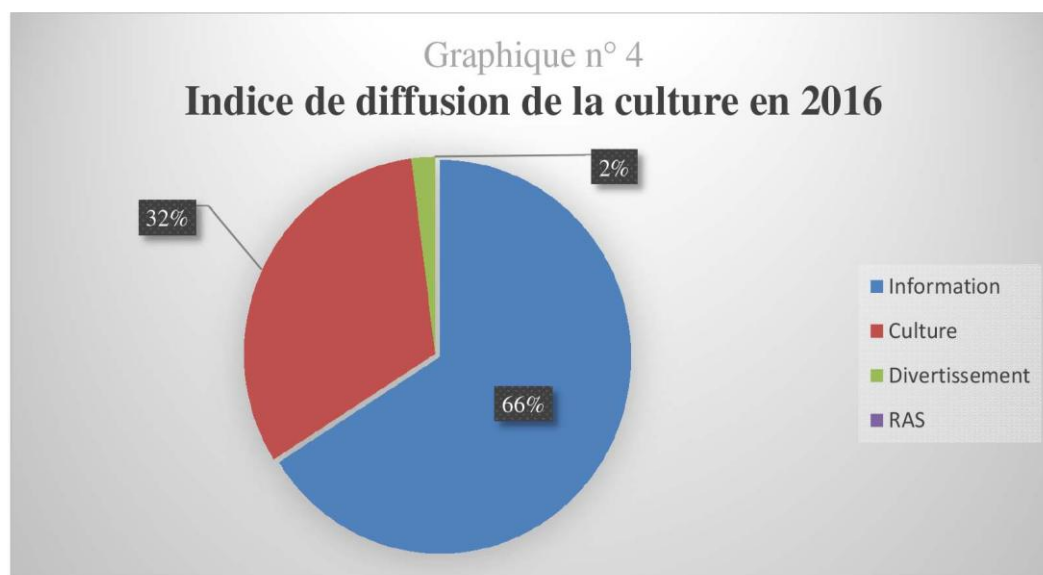
Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Quant au visionnage de la programmation de Gabon Télévision en 2016, elle a donné les résultats suivants : 30 programmes au total ont été comptabilisés. Parmi lesquels : 15 émissions d'information (2216 minutes), soit 66% ; 2 émissions de divertissement (65 minutes), soit 2% ; et 13 émissions culturelles (1062 minutes), soit 32%.

Dans le tableau ci-dessus, nous relevons qu'une grande part de programmes est dédiée à la diffusion d'émissions d'information, au détriment des émissions culturelles. Ceci est en contradiction avec les informations publiées dans la grille « officielle » de Gabon Télévision fournie par sa direction des programmes aux journaux locaux à destination

des usagers. Ici, un déséquilibre significatif se fait observer entre les paliers du triptyque « informer, éduquer et divertir ».

La figure ci-dessous donne la part de diffusion des programmes culturels d’après notre visionnage des émissions de Gabon Télévision :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

5.3.2. Comparaison des volumes horaires

Les volumes horaires des grilles de programmes télévisés et leurs pourcentages de 1972, 2013, 2015 et en 2016 sont assemblés dans le tableau ci-dessous. Nous comptons les comparer pour en dégager les tendances générales relatives à la problématique de la diffusion de la culture sur Gabon Télévision au cours de la période 1972-2016. Cette comparaison est réalisée sur l’unique base des données qu’ils nous fournissent. Cet exercice consiste à se faire une idée de l’évolution globale des grilles de programmes de la chaîne publique gabonaise sur cette base assez « pauvre » pour les raisons mentionnées plus haut. A ce titre cette comparaison a une valeur plutôt informative que scientifique.

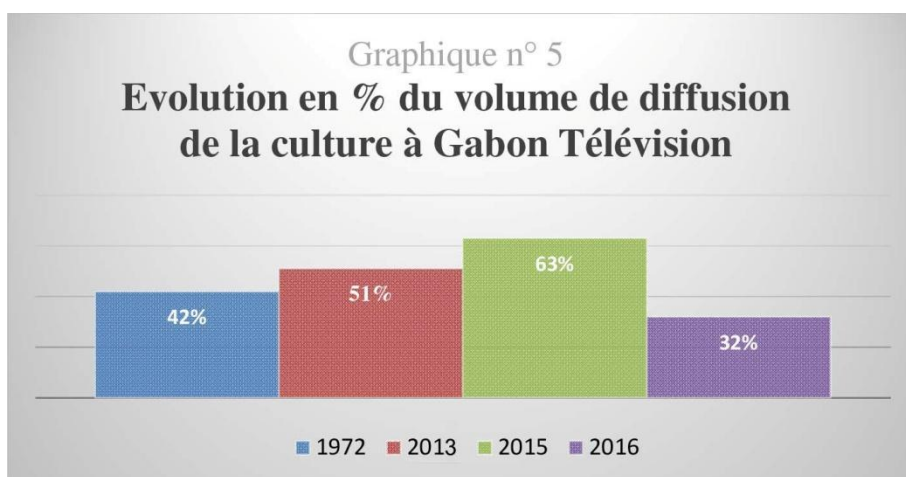
Tableau n° 19 : Tableau comparatif des volumes de diffusion en 1972, 2013, 2015 et 2016

Années	1972	2013	2015	2016

Missions	Volume horaire	%	Volume horaire	%	Volume horaire	%	Volume horaire	%
Informer	674	44	1610	41	1325	25	2216	66
Cultiver	649	42	2003	51	3345	63	1062	32
Divertir	60	04	285	07	440	08	65	02
R.A.S.	161	10	00	00	175	03	00	00
Total	1544	100	3898	100	5285	100	3343	100

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

Le tableau ci-dessus présente des pourcentages très élevés en volumes horaires pour ce qui concerne la diffusion de la culture. Cette tendance concerne les grilles de 2013 et 2015. En revanche, l'indice de diffusion de l'information domine largement dans la grille de 1972 et celle du visionnage de 2016²⁰¹.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

5.4. Analyse interprétative

Le décompte des données issues de notre analyse de contenu va nous conduire à leur interprétation dans ce sous-point. Si nous avons tenu à relativiser l'importance de ces données en nous fondant d'une part, sur l'évolution du volume du temps d'antenne officiel entre 1972 et 2016, et d'autre part, sur la disponibilité documentaire, on ne peut pas non plus dire que les données exposées ici sont non-significatives, puisqu'elles ont au moins le mérite d'exposer des instantanés de la programmation télévisuelle de Gabon Télévision sur la même période. Voilà donc un argument qui nous permet de donner

²⁰¹ Nous tenons encore à relativiser la pertinence de ces résultats pour une seconde raison : le temps d'antenne affecté au fonctionnement de la télévision publique gabonaise de 1972 à 2016.

sens à leur signification courante quant à l'orientation que nous allons donner à l'analyse comparative de ce décompte.

5.4.1. Premier niveau d'analyse

D'entrée de jeu, nous relevons un déséquilibre flagrant dans le respect des contraintes imposées par le cahier de charges à Gabon Télévision en tant que chaîne de service public. En effet, il y a un écart considérable dans la diffusion des programmes portant sur les trois missions de service public assignées à la chaîne. De plus, nous pouvons dire que la chaîne n'a pas accordé une place importante et fixe à la culture dans sa programmation.

Eu égard aux grilles de programmes étudiées, Gabon Télévision n'a commencé à diffuser des émissions à vocations culturelles qu'en 2013 (51%) et en 2015 (63%), contre 42% en 1972 et 32% en 2016²⁰². Pour ce qui est des programmes d'information, ils excèdent à hauteur de 44% en 1972 et 66% en 2016. En revanche, les taux d'émissions de divertissement ne dépassent jamais les 10% depuis 1972.

Des similitudes s'observent dans les quatre tableaux proposés ci-dessus, notamment en ce qui concerne les contenus d'émissions culturelles. Signalons d'abord que toutes ces émissions sont diffusées dans la langue officielle qu'est le français et qu'il n'y a aucun programme culturel en langues locales²⁰³.

Prenons le cas des chaînes comme Télé Congo²⁰⁴ qui diffuse des émissions culturelles en lingala et kituba (langues locales du pays). En effet dans la grille des programmes de cette chaîne consultée lors de notre recherche documentaire figurent des émissions comme *Mbonda elela*²⁰⁵ (« Le tam-tam pleure/chante » en français). Cette émission diffuse la musique traditionnelle. *Molende* (« L'espoir » en français) promeut le théâtre national et le vécu quotidien des Congolais.

²⁰² Sans doute faut-il tenir compte du contexte historique du Gabon pour justifier les variations irrégulières de la diffusion de la culture sur la chaîne publique nationale. Pour les années 1970, on expliquera le déficit des programmes culturels par le temps d'antenne alloué au média et l'importance des contenus destinés à construire « l'unité nationale ». Dans les années 2010, le changement de leader politique a accentué la production des émissions politiques et de post-production comme « Grand angle », « L'Arbre à palabre », « Gabon Hebdo », etc.

²⁰³ Il est question ici des langues parlées dans les neuf provinces du Gabon par différentes ethnies. Seuls des communiqués sont dits en langues locales, dans le cadre de la vulgarisation des programmes électoraux ou de santé publique.

²⁰⁴ Télé Congo est la chaîne de télévision publique de la République du Congo (Brazzaville).

²⁰⁵ Cette émission est visualisable sur <https://youtu.be/V4kJ1FJWXjg>, consultée le 26 juin 2018.

Ensuite, dans la chaîne publique gabonaise on note une absence totale d'émissions littéraires comme *Lectures pour tous*, animée par Pierre Desgraupes et Pierre Dumayet ou comme *Apostrophes* présentée par Bernard Pivot²⁰⁶ en France. De même des émissions sur le cinéma et les arts et traditions portant sur la culture gabonaise y sont absentes.

Enfin, nous pouvons noter une forte présence d'émissions de musique. Certes, la musique est un infime aspect de la culture qu'on pourrait même, dans un contexte plus strict, classé dans les genres du divertissement, comme pousse à le croire Mourlet qui affirme : « [...] nous distinguons deux grandes familles : les émissions spécifiques (informatives et distractives, dans lesquelles il classe les documentaires dont la matière n'est pas l'actualité, les feuilletons et les séries, etc.) et la transmission des spectacles préexistants (films de cinéma, représentations théâtrales, variétés, etc.) »²⁰⁷. En d'autres termes, la culture en général (et la culture gabonaise en particulier) à Gabon Télévision semble désormais se résumer à la musique.

La chaîne de service public étant peu fournie en art-culture, on n'y trouve pas aujourd'hui de marqueurs traditionnels relevant du « legs ancestral » gabonais évoqué par le juriste gabonais Rossatanga²⁰⁸, ni de littérature gabonaise (ou étrangère d'ailleurs), encore moins du théâtre (comme c'était le cas des émissions telles que « Côté cour côté jardin »²⁰⁹, « Ndzimba théâtre », etc.). Or, au sujet de la télévision, Mourlet nous enseigne que : « [...] sa capacité de reconstruire le monde à partir d'éléments bruts, [cette] capacité créatrice lui ouvr[e] le champ de l'art [...]. Extension de notre conscience en tous sens, la télévision doit satisfaire les besoins de l'esprit : connaissance brute, connaissance réflexive, plaisir, distraction, évasion »²¹⁰.

Ce propos corrobore avec les différentes missions assignées aux chaînes de service public et précisément à Gabon Télévision. Dans son cahier de charge, entre autres mentions, il est précisé que la chaîne doit :

²⁰⁶ Un extrait de cette émission est visualisable sur <https://youtu.be/iMOhsUnszbM>, consulté le 26 juin 2018.

²⁰⁷ Mourlet Michel, *La télévision ou le mythe d'Argus, dissection d'un média et théorie du 8^e art*, Paris, France Univers, 2001, P.35.

²⁰⁸ Rossatanga Rignault Guy, « à propos de patrimoine(s) et de dynamique(s) », in *Patrimoine(s) et dynamique(s)*, n°1, « aux sources de la tradition », *op. cit.*, p.7.

²⁰⁹ Voir le tableau sur les souvenir télévisuels des enquêtés, p. 116.

²¹⁰ Mourlet Michel, *La télévision ou le mythe d'Argus, dissection d'un média et théorie du 8^e art*, *op. cit.* p. 37.

- Répondre aux besoins et aspirations de la population en matière de culture, d'éducation et de divertissement,
- Œuvrer à la sauvegarde des valeurs morales, culturelles et patriotiques de la société gabonaise²¹¹.

Des questions secondaires mais tout aussi pertinentes nous viennent à l'esprit, à savoir :

1. Comment Gabon télévision peut-elle prétendre répondre aux besoins des populations, si elle n'en a pas ample connaissance ?
2. Si la chaîne se fait remarquer par le non-respect de son cahier de charges, de son « *contrat médiatique* » (ou de ses « *promesses audiovisuelles* » pour emprunter l'expression de Jost) vis-à-vis des téléspectateurs, sur quoi fonde-t-elle alors sa politique de programmation et fait reposer son identité d'outil médiatique du service public ?

Gabon Télévision laisse apparaître de nombreux manquements. En effet, en définissant la notion de culture télévisuelle, de nombreux interviewés n'ont pas omis de dire qu'elle renvoyait à plusieurs réalités dont celle indiquant le lien entre les pratiques professionnelles et le savoir-faire des journalistes. Pour Georice Madébé, « [...] la culture télévisuelle mélange un ensemble de paramètres : les paramètres de pratiques, les paramètres technologiques, les paramètres techniques et les paramètres professionnels y compris dans la formation des journalistes, ce que moi j'appellerais la formation à la connaissance du monde des médias [...] »²¹². Ces manquements font que la chaîne perd sa valeur sociale et ne se résume plus qu'à être une sorte de « roue de secours », obligeant le téléspectateur à n'user d'elle que pour regarder un programme bien défini. Cette situation favorise le *zapping* en sa défaveur. Pour le reste, la chaîne n'obéit aucunement aux logiques générales de programmation d'une chaîne de télévision. En d'autres termes, elle ne prend pas en compte la problématique des périodes de la journée que sont l'*Access prime time*, le *Day time*, le *Night time* et le *Prime time*. En tout cas, elle ne le manifeste nettement pas dans ses programmations passées et actuelles.

²¹¹ Présidence de la République, Ministère de la communication de la poste et de l'économie numérique, Décret n° 0725 PR/MCPEN portant création de Gabonaise, Chapitre 1 Missions.

²¹² Entretien avec Georice Berthin Madébé, ancien Directeur du Département des Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Omar Bongo (UOB) du Gabon ; chercheur au CENAREST-IRSH. Libreville, le 06 septembre 2016.

Ces manquements laissent aussi paraître le fait que Gabon Télévision n'ait pas de public cible pour les genres d'émissions qu'elle diffuse. En effet, il semble que pour elle, le public est une masse homogène (peut-être même naïve et passive). Or dans toute « masse », nous retrouvons plusieurs couches de la population avec différentes variables (âge, sexe, élite, populaire, travailleurs, élèves, artisans, cultures, etc.). Cet aspect des choses implique le fait que les programmes soient diffusés stratégiquement.

En plus, les séries « Bambino²¹³ » et « Teenager²¹⁴ », qui sont des programmes pour enfants et adolescents, sont diffusés par la chaîne publique gabonaise aux heures où ces derniers sont censés être en classe. En effet, la série burkinabé (comédie dramatique de 27 min) pour enfants *Bambino* (que nous avons regardée en streaming) est diffusée les mardis matins à partir de 9h42 minutes, heure à laquelle le public concerné est en classe. De même, la série ivoirienne *Teenager* est programmée tous les mardis à partir de 10h36 minutes. Or, ce public cible est composé d'adolescents qui vont au collège ou au lycée de 7h30 minutes à 13h15 minutes au moins.

Enfin, nous remarquons que la chaîne Gabon Télévision diffuse de nombreux programmes produits localement. Mais ceux-ci s'intéressent en grande partie aux informations, aux émissions musicales et aux débats (politiques), les émissions culturelles étant en majorité des productions extérieures.

5.4.2. Deuxième niveau d'analyse : culture et contenus culturels des programmes

La typologie opérationnelle de notre analyse s'inspire de différentes définitions de la culture, (ou du moins des émissions culturelles). La culture peut donc se concevoir sous plusieurs angles. Le premier fait référence à la technologie et aux techniques afférentes, aux savoirs et savoir-faire des journalistes (pratiques journalistiques, professionnalisme, habitudes, etc.). Le second angle quant à lui a un lien avec le contenu « culturel » des programmes que la télévision peut diffuser. Notons que cette deuxième approche de la culture pourrait intégrer la conception de la culture comme documentaire entreprise par Williams, dans laquelle se dégage un autre aspect intéressant qui a partie liée avec les thèses développées par Eric Hobsbawm and

²¹³ Programme visualisable sur <https://youtu.be/FsAN8zVcQmo>, consulté le 27 juin 2018.

²¹⁴ Programme visualisable sur <https://youtu.be/HrmHsiJpwWs>, consulté le 27 juin 2018.

Terence Ranger²¹⁵. Le titre de leur article de référence est traduit en français par l'expression : « inventer des traditions »²¹⁶. En effet, considérant la culture comme une référence aux « arts et traditions », Gabon Télévision pourrait produire et diffuser des documentaires inspirés des traditions et coutumes ancestrales gabonaises. Ces documentaires en guise de réponse aux « crises » répétitives qu'elle traverse face au désintérêt des publics seraient le terrain par excellence que les journalistes pourraient explorer afin de faire découvrir aux populations « le meilleur qui a été pensé et écrit » au Gabon. Ainsi, la chaîne gagnerait-elle une certaine légitimité en axant ces documentaires sur des lieux de mémoire et de commémoration, par exemple. Cette attitude pourrait créer de façon effective la cohésion sociale, leitmotiv politique depuis les indépendances. Ce second angle d'analyse peut se construire à travers quatre approches :

1. La première approche du contenu culturel d'une émission se rapporte aux magazines, et documentaires de découverte ; nous l'avons appelé culture savante (cf. les différentes déclinaisons de la culture posées plus haut).
2. La seconde approche se réfère aux arts et aux traditions ancestrales gabonaises ; c'est la culture communautaire.
3. La troisième approche sous-tend que la culture c'est la littérature et les sciences ; encore dénommée culture cultivée.
4. La quatrième approche désigne la musique dans sa diversité ethnique et moderne. Il s'agit d'une culture mixte, appelée *culture tradi-moderne* par Gabon Télévision.

5.5. Classification des émissions culturelles et grille d'analyse de programmation

Après avoir vu ce qu'aurait pu être une émission culturelle localement définie, nous nous employons maintenant à étudier la culture et la programmation culturelle telle que pratiquée à Gabon Télévision.

5.5.1. La culture et la programmation à Gabon Télévision

²¹⁵ Eric Hobsbawm and Terence Ranger, *The invention of tradition*, Canto edition, first published 1984, 1992.

²¹⁶ Eric Hobsbawm, « Inventer des traditions », *Revue Enquête*, n°2, usages de la tradition, 1995 [en ligne], mis en ligne le 7 janvier 2008. URL : <http://enquete.revue.org/document319.html>. Consulté le 19 décembre 2017, p.171-179.

Dans ce sous-point, l'analyse va se concentrer sur la programmation. Il s'agira précisément de décrire les émissions en fonction des genres et des contenus médiatiques. Pour y parvenir, nous élaborerons d'abord une grille méthodologique ou grille d'analyse de la programmation permettant d'offrir à notre analyse un cadre méthodologique neutre. D'où le schéma n° 2 ci-dessous. Ce schéma se propose de classer les genres télévisuels en fonction des types d'émission. Son but est de voir comment affecter des contenus culturels en fonction de cette typologie.

Schéma n° 2 : Typologie des émissions

Les émissions de découverte :

Magazines, documentaires, émissions de plateau axés sur le patrimoine, etc.

Les émissions sur les arts et traditions :

Films, séries, émissions sur la peinture, la sculpture, la fabrication des objets d'art, théâtre, danses, cultes, etc.

Les émissions de littérature et de science :

Emissions consacrées à la promotion et à l'actualité du livre et à la recherche scientifique

Les émissions musicales :

Vidéo-clip, variétés, diffusion de spectacles, talk-show

La production de ce schéma tient compte des significations locales de la culture, et notamment, d'une part, des différentes définitions obtenues lors des multiples entretiens avec des acteurs culturels et diverses personnalités publiques du Gabon. D'autre part, elle s'appuie sur les points focaux du cahier des charges de Gabon Télévision.

Quand on observe les programmes culturels actuels de cette chaîne publique, on ne peut que constater que ceux-ci sont essentiellement inspirés par la musique dite traditionnelle et constitués par de nombreuses séries étrangères. Ce constat a permis de conforter notre hypothèse et permet d'affirmer que la culture nationale est sous représentée à Gabon télévision parce que très limitée et pauvre en contenu. Rares sont les émissions dites culturelles ou les contenus qui répondent aux principes de la répartition de notre grille d'analyse. Pourtant, au niveau de la production filmique des années 1970 à 1980, nombre de contenus culturels diffusés se référaient aux cultures locales. Il en est ainsi des films comme « Les Tam-tams se sont tus » avec Philippe Mory pour acteur principal, « Obali » traitant des coutumes et de la vie villageoise dans la province du Haut-Ogooué, ou bien « Où vas-tu Koumba » qui soulève les premières formes de l'exode rural au Gabon, etc. Les documentaires diffusés dans des émissions comme « Gabon une province » restituaient les rites et traditions du Gabon profond, ou les émissions comme « Le carrefour des arts » qui a révélé des artistes internationaux comme Annie Flore Batchielily's²¹⁷, répondaient à cette exigence de promotion des cultures locales. Aujourd'hui, la production des contenus culturels est devenue de plus en plus techniquement et professionnellement confuse que le texte télévisuel de Gabon Télévision en cette matière est devenu imperceptible. Cette insuffisance est due non seulement à l'amateurisme dans la production des contenus, mais aussi dans la programmation et le manque de considération de la *place* accordée au *public*.

Rappelons simplement qu'il ne s'agit pas de conférer à Gabon Télévision un statut de chaîne culturelle au risque de tomber dans « l'apartheid distingué » dont parle Wolton dans son article « Télévision culturelle : l'apartheid distingué »²¹⁸. Il est davantage question de comprendre son positionnement vis-à-vis de l'Etat (garant de ses statuts) et de la place qu'elle accorde réellement au public par rapport à la question du lien social.

²¹⁷ Annie Flore Batchielily's est une chanteuse gabonaise originaire de la province de la Nyanga (où nous avons enquêté) dont la carrière et le talent ont été révélés par les concours de chant organisés par les émissions culturelles de la télévision publique de l'époque. Elle a plusieurs albums et concerts dont le plus en vogue est celui de l'Olympia en France en 2008. Elle est également l'initiatrice d'un festival nommé « Les nuits atypiques de Mighoma », un village du sud du Gabon qui l'a vu naître (voir <https://www.petitfute.com/p113-gabon/c1170-manifestation-evenement/c1050-manifestations-culturelles-festivals/633596-nuits-atypiques-de-mighoma.html>). Trois de ses chansons les plus célèbres peuvent être écoutées aux adresses suivantes : *Afrique mon toit*, <https://youtu.be/ifZt92CGzfg>, *Le chant c'est mon champ*, <https://youtu.be/dkbnNjBWvQY> et *Je t'invite*, <https://youtu.be/tauidqhEKdA>.

²¹⁸ Dominique Wolton, *Télévision culturelle : « L'apartheid distingué »*. Cf. : <http://www.revue-pouvoirs.fr/Television-culturelle-l-apartheid.html>, consulté le 13/10/2015 à 19h 28.

A propos de cette dernière problématique, Wolton s'exprime en ces termes : « Qu'est-ce fondamentalement que la télévision ? Des images et du lien social. Le divertissement et le spectacle renvoient à l'image, c'est-à-dire à la dimension technique. Le lien social renvoie à la communication, c'est-à-dire à la dimension sociale. Telle est l'unité théorique de la télévision : associer deux dimensions, techniques et sociales [.. .] »²¹⁹.

On conçoit donc que toute programmation ne peut se concevoir sans la problématique du lien social, du moins si celle-ci doit resserrer les liens entre public et chaîne publique nationale. D'où cette réflexion sur la problématique de la stratégie de la programmation à Gabon Télévision.

Un autre lieu d'analyse de la programmation tient du temps ou des logiques de diffusion affectés à la programmation. Dans le schéma n° 3 ci-dessous, nous nous intéresserons à l'étude de la régularité de la diffusion et à la problématique des plages horaires.

Schéma n° 3 : Les horaires et la problématique du temps de diffusion

La régularité

Programmation fixe (journalière, hebdomadaire, bihebdomadaire, mensuelle, bimensuelle), permettant la fidélisation du public

Les plages horaires

La case horaire dans laquelle se situe le programme culturel dans la grille
Les jours ordinaires ou les week-ends

- Le matin
- L'après-midi
- Le soir
- La nuit

Qui en termes usuels renvoient au *Day time*, au *Access prime time*, au *prime time* et au *night time*

Le schéma n° 3 nous offre lui aussi un cadre objectif d'analyse de la régularité de la diffusion à travers la problématique des plages horaires. Pour ce qui est de la régularité de la diffusion des émissions culturelles par Gabon Télévision, il ressort de nombreuses incohérences non négligeables. En effet, il y a des émissions qui figurent sur les grilles,

²¹⁹ Dominique Wolton, *Eloge du grand public. Une théorie de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990, p. 12-13.

dont les cases horaires sont bien indiquées, mais qui ne sont pas du tout présentes à l'antenne. De plus, Gabon Télévision fournit des grilles de programmes dont les contenus diffèrent des grilles retrouvées dans le quotidien national *L'Union*. En clair, les téléspectateurs ne savent jamais à quoi s'y attendre, car en dehors du journal télévisé, des flashes infos et des programmes musicaux, le reste des programmes de la grille sont irréguliers. Toutes ces incohérences remet totalement en cause les notions de programmation telle que définie auparavant, de plages horaires et de régularité de la diffusion des contenus.

En ce qui concerne les horaires de diffusion, nous remarquons que les émissions culturelles en 1972 sont diffusées en prime time, c'est le cas de « Club des arts » (les mercredis à 19h30), « Le triangle » (les lundis à 20h30) et « L'anglais par la TV » (les jeudis à 20h30). C'est également le cas en 2013, notamment avec les émissions comme « Le clip de la semaine » (du lundi à vendredi à 19h30), « Agora » (les jeudis à 21h20) et « La fiction » (les vendredis et samedis à 21h20). En revanche, à partir de 2015, cette règle n'est plus respectée. En effet, nous retrouvons l'émission « Le clip de la semaine » diffusée à 12h40, « Cogito » à 16h45 et « Espace jeune » à 15h45.

Dans ces circonstances, on est en droit de se demander si Gabon Télévision diffuse de la culture.

5.5.2. « Gabon télévision diffuse-t-elle de la culture ? »

Ici nous chercherons à savoir si la chaîne de service public gabonais diffuse la culture. La question qui prête à ce sous-point son titre a été posée aux principaux acteurs de Gabon Télévision, à des hommes politiques et des personnalités publiques, etc. Leurs réponses sont contenues dans les tableaux ci-après. Répondre à cette question suppose donc sa découverte ou sa lecture. Nous les avons organisées en deux temps : d'une part, nous avons regroupé ceux pour qui la chaîne publique gabonaise diffuse la culture, et d'autre part, ceux pour qui elle ne le fait pas.

Les réponses de ceux pour qui la chaîne publique gabonaise diffuse la culture sont regroupées dans le tableau ci-après :

Tableau n° 20 : Réponses des acteurs médiatiques estimant que Gabon Télévision diffuse la culture

N°	Identités	Fonctions	Réponses
01	Mathieu Koumba	Journaliste principal/Directeur général de Gabon Télévision	Oui, car nous sommes une chaîne généraliste et les programmes culturels dans nos conducteurs quotidiens.
02	Patricia Ontchangalt	Journaliste/Directrice des programmes et de la production de Gabon Télévision	Oui, nous en diffusons...par exemple avec des émissions comme « La Playlist », « Espace jeunes », « La totale », « Le Grand Mbandja », « Dieu en questions »
03	Ludovic Mouity	chef de services des programmes et de la production télé	Oui, Gabon Télévision diffuse la culture, d'aucuns qui s'inspirent de notre culture locale, traditionnelle et moderne, par exemple la musique, les débats sur le patrimoine national, les cultures d'ailleurs aussi, etc.
04	Lucien Barro Mankey	technicien supérieur de l'audiovisuel/ opérateur de prise de vue	Oui même si c'est insuffisant pour un média public, ou d'Etat.
05	Lynda Gnoumba	Journaliste	Oui, quelques-uns.
06	Max-Olivier Obame	Journaliste/conseiller en communication du président directeur général de a Poste	Gabon Télévision diffuse la culture, mais c'est insuffisant, ils montrent les religions, les croyances, mais de façon brute, or il faut adapter les formats et pour ça il faut mettre les moyens.
07	Edgard Kaba	Journaliste/réalisateur	Oui Gabon Télévision diffuse quelques fois des programmes culturels (par exemple les émissions sur les peuples autochtones du Gabon ou l'émission « Les Merveilles du passé »), mais pas assez pour un média de service public.
08	Guy-Roger Ogombe	Journaliste à la retraite	Oui, mais pas assez, car il leur faut se déplacer, aller dans le Gabon profond, chercher ces cultures ancestrales.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Ensuite, dans le tableau qui suit figurent les réponses de ceux pour qui Gabon Télévision ne diffuse pas la culture :

Tableau n° 20 bis : Réponses des acteurs médiatiques estimant que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture

N°	Identités	Fonctions	Réponses
01	Bruno Bekale	Ingénieur radio et télévision/Directeur technique adjoint de Gabon Télévision	[...] ici à la chaîne on est complètement perdu en ce qui concerne la question de la diffusion de notre culture ; nous n'en avons pas les moyens. Notre véritable identité culturelle, c'est le village. On ne peut prétendre produire et diffuser des programmes culturels sans aller à la rencontre de nos villages, de nos racines dans l'arrière-pays, le Gabon profond
02	Jean- Augustin Nzengui	Reporter tv/journaliste présentateur à Gabon Télévision.	Il faut retenir que Gabon Télévision ne diffuse la culture qu'occasionnellement et ce, surtout par les chants ou la musique...
03	Eustacha Ada	Ingénieure de production/monteuse	Je dirai non...
04	Prosper Tonda Mambenda	Journaliste principal/conseiller du Directeur général de Gabon Tv	A priori, les programmes sont plus institutionnels, donc ils ne sont pas destinés à cultiver la population, mais s'adressent plutôt aux tenants du pouvoir, par exemple « Le Nzimba », c'est un programme culturel institutionnel qui s'adresse plus au président de la République.
05	Jean-Marcel Sauthon	Réalisateur/producteur/chef de service des programmes et productions	Non la chaîne a des magazines sur l'environnement mais pas sur une culture proprement gabonaise.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

A la question de savoir si « Gabon Télévision diffuse la culture », il ressort que sur treize (13) acteurs médiatiques interviewés, huit (8) estiment que Gabon Télévision diffuse bel et bien de la culture [dont six (6) pensent que la chaîne diffuse de la culture mais pas suffisamment]. En revanche cinq (5) d'entre eux répondent à la question posée par la négative.

Pour les hommes politiques et les personnalités publiques, les réponses se répartissent comme suit. Parmi ceux qui croient à la diffusion de la culture à Gabon Télévision on retrouve :

Tableau n° 21 : Réponses des hommes politiques et autres personnalités publiques estimant que Gabon Télévision diffuse la culture

N°	Identités	Fonctions	Réponses
01	Emile Boulingui Koumba	Député	Je dirai oui [...] Avant, il y'avait de bons programmes culturels comme <i>Gabon, une province</i> grâce auquel, on a découvert qu'au Gabon, il a existé une race de forgerons, où on avait des programmes qui nous rappelaient « nos origines » avec des thèmes comme « une journée à Matamatsengué » qui nous a emmenés à la découverte des peuples Pygmées.
02	Arnaud Baobé	Rédacteur en chef adjoint au sein de Téléafrika	Oui à travers certains programmes.
03	Jean-Pierre Moudjalou	Administrateur de projets culturels au ministère de la culture	Oui, elle diffuse des programmes culturels qui ne correspondent pas à l'identité même des Gabonais, ni à aucune de nos cultures.
04	Antoine Nziengui	Ancien directeur général de l'hôpital et de la Fondation Albert Schweitzer de Lambaréné	Oui, bien sûr, peut-être pas de manière suffisante, mais on a quand même une diffusion de la musique locale, de la comédie.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretiens réalisés au Gabon de juillet en août 2016.

Parmi ceux qui croient que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture il y a :

Tableau n° 21 bis : Réponses des hommes politiques et autres personnalités publiques estimant que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture

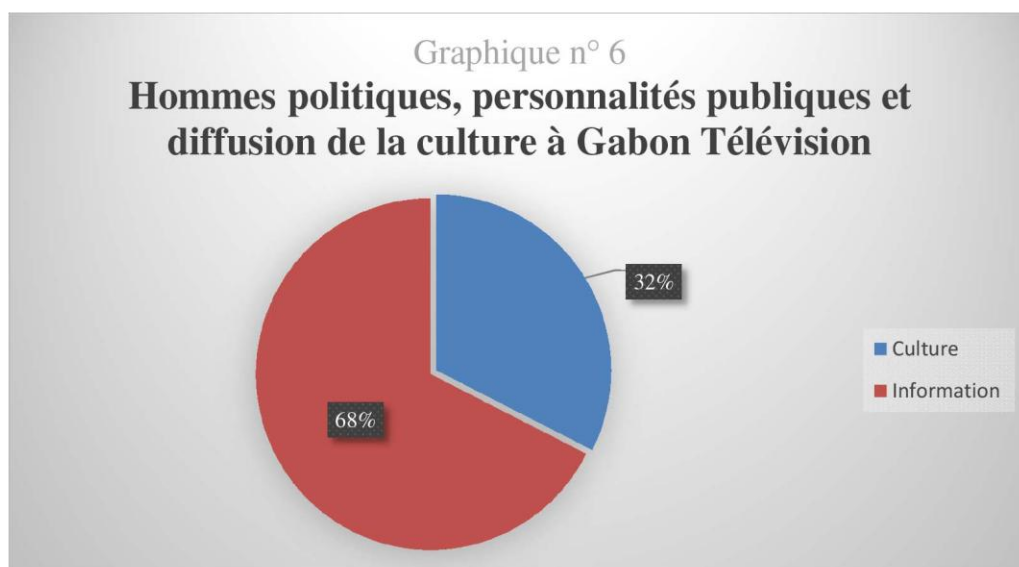
N°	Identités	Fonctions	Réponses
01	Fidèle Nguembi Moussavou	Ambassadeur/maire	Pour moi la culture, du moins ce que je considère comme la culture gabonaise est inexistante à Gabon Télévision.
02	Emmanuel Thierry Koumba	Conseiller technique au CNC	Au regard de la définition donnée et sans vouloir être sévère, je dirai qu'il n'y a pas de programmes culturels, mais plutôt des programmes qui font allusion à la culture. Les programmes n'ont de culturels que le nom.
03	Snella A. Pambo	Directeur de l'information à Téléafrika	Non, le constat est flagrant, en 1980, quand nous étions gamins, il y'avait des émissions qui reflétaient la culture gabonaise (contes masques, etc.).
04	Henri-Joseph Koumba	Directeur général de l'Institut gabonais de l'Image et du Son (IGIS), ancien CENACI	En dehors des programmes venus de l'extérieur (téléromans), on peut considérer que tout autre programme télévisuel local n'est pas porteur de marqueurs culturels. En ce moment, la question est de savoir si la chaîne Gabon Télévision remplit correctement son rôle de service public.
05	Georice Berthin Madébé	Conseiller du ministre de la communication (en charge des institutions constitutionnelles et porte-parole du Gouvernement)	Il fut évidemment un temps où la télévision publique gabonaise se préoccupait des cultures traditionnelles gabonaises qu'elle tentait même de faire survivre à travers des documentaires et des films [...] depuis 90, ce retrait des médias des films inspirés par les traditions gabonaises, par les cultures gabonaises originelles, crée un déséquilibre énorme...
06	Marc Ona Essangui	Représentant de la société civile gabonaise/Activiste	Avant oui, on avait de très belles émissions, aujourd'hui, il n'y en a plus ; même en terme de musique, Gabon Télévision nous met plus du Rap et tout ce qui ne représente en aucun cas nos cultures ancestrales et traditionnelles.
07	Jules Esdras Mouhouloulou	Analyste politique à Téléafrika	Non, pas assez, et c'est un fait récent, car avant il y en avait.

Source : Marina Matsanga Nziengui. Entretien réalisé au Gabon de juillet en août 2016.

Ce tableau nous montre que sur onze (11) personnalités interviewées, quatre (4) disent que Gabon Télévision diffuse de la culture, bien que de façon non intensive. Mais elles

révèlent néanmoins que dans le passé, les programmes culturels étaient mieux élaborés qu'aujourd'hui. En revanche, sept (7) personnes ne sont pas de cet avis. Elles estiment que les programmes ne sont culturels que de « noms » car ils ne sont pas représentatifs des cultures locales.

La graphique ci-dessous permet de se représenter le taux de perception des programmes culturels diffusés par Gabon Télévision :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, février 2017.

De toute évidence, le corpus de personnalités enquêtées demeure partagé sur la problématique de la représentation culturelle dans la première chaîne de service public au Gabon. Cette fracture est si forte parce qu'elle manifeste une ligne de partage entre ceux qui y observent la diffusion de la culture et ceux ne l'y observant point. La question est donc de savoir qu'est-ce que réellement la culture pour les uns et les autres. Elle consiste aussi à savoir si les positionnements idéologiques, politiques et professionnels des uns et des autres n'affectent pas les jugements. On peut également se demander si les modèles cognitifs à l'œuvre ici (voir la culture selon la tradition ou la voir d'après des représentations élitistes) ne constituent pas des prismes qui déforment la lisibilité de la culture dans le média public gabonais, et par conséquent, affaiblissent le niveau d'objectivité des interviewés. Ces questions trouveront des réponses dans les

deuxième et troisième parties consacrées au dépouillement des données statistiques relatives à l'enquête de terrain et à leur interprétation.

Conclusion première partie

« Culture et télévision », comme nous l'avons vu, paraissent s'opposer remarquablement. Pour de nombreux penseurs, l'utilisation des médias de masse, en l'occurrence la télévision aux fins de diffuser la culture dénote d'une forme de désarticulation et de destruction des valeurs même qui s'associent aux cultures des sociétés. Sans revenir sur tous les arguments qui ont sous-tendu cette première partie de thèse, nous citerons l'uniformisation ou la standardisation des produits culturels télévisuels (qui plonge le téléspectateur dans une sorte de conformisme) : par exemple les contraintes économiques imposées par la publicité, le travestissement de la réflexion humaine, etc. Tant de raisons qui, semble-t-il, ne sont pas moins légitimes ou fondées. Face aux penseurs qui promeuvent ces idées, s'élèvent d'autres dont la vision de couplage « culture et télévision » nous est apparue plutôt positive (ou mieux, positiviste). Ces derniers nous ont permis de nous départir de la définition trop étendue relative à la notion de « culture », afin de mieux comprendre ce qu'est la culture télévisuelle, et plus précisément, l'émission culturelle. Enfin, cette partie nous a permis d'affiner et d'organiser notre pensée, car comme nous l'avons signifié, travailler sur une notion aussi « diverse et polysémique » que celle de la « culture » ne saurait être chose aisée sans l'avoir auparavant située dans un contexte théorique précis.

C'est ainsi qu'il nous a été possible de définir ce que nous entendrons par « culture » et donc par émission culturelle télévisée. Il s'est alors agi de savoir de quelle culture l'on parle pour ce qui est de Gabon Télévision, en interrogeant les professionnels en activité au sein de ce média. Cependant, les précisions théoriques à elles seules ne suffisent pas, car l'assemblage des concepts culture, télévision et service public laisse échapper ou entrevoir le rôle de l'Etat, au vu de l'enjeu politique et sociétal affecté au rôle de la télévision. En effet, l'historique de la création de ce média nous a permis de voir que la télévision publique gabonaise était destinée à deux missions primordiales : la

vulgarisation de l'action politique et l'éducation populaire ; c'est-à-dire que la télévision avait la responsabilité premièrement de relayer toutes les informations politiques et éducatives. Elle avait pour second objectif de créer des liens entre les populations qui la recevaient en diffusant des programmes censés représenter leur vécu quotidien. C'est en ce sens que Tidiane Dioh affirme : « En 1965, on dénombre 350 téléviseurs chez les particuliers et une cinquantaine de récepteurs publics. Le gouvernement heureusement a installé des postes-récepteurs dans des « cases d'écoute » situées dans certains quartiers stratégiques et même au sein de certains commissariats de police. C'est manifestement le seul moyen de permettre au plus grand nombre de téléspectateurs d'avoir accès aux images »²²⁰. Nous voyons effectivement dans cette manière de procéder un désir de fédérer la population gabonaise autour du « petit écran ». Tidiane Dioh ajoute : « Le service de l'éducation populaire qui existe au sein de l'Institut pédagogique national, rattaché au ministère de l'Education nationale, produit en 13 épisodes une série intitulée « Où vas-tu Koumba ? » réalisée en 1970 et coproduit par la télévision gabonaise, l'ORTF et le Secrétariat d'Etat français à la coopération. A travers les tribulations d'un jeune garçon qui quitte son village pour la ville, de nombreux problèmes de la société gabonaises sont abordés : la dot, le tribalisme, l'exode rural, la délinquance juvénile. »²²¹.

Ce passage indique parfaitement le fait qu'on pourrait parler de la télévision de service public et de son rôle dans l'éducation et le développement d'une culture, en d'autres termes, du projet étatique de l'éducation par la télévision publique. Dans ce cadre, la télévision pourrait être considérée comme une institution sociale au même titre que le serait l'école par exemple, qui prépare l'élève à la connaissance de sa culture. Cette école d'apprentissage à l'ancrage culturel est déclinée par Alain Elloue Engoune comme suit :

1. L'école initiatique traditionnelle dont le patrimoine culturel se trouve dans le Mwiri, le Bwiti, le Bieri, le Ndjobi etc.
2. L'école des Maîtres de l'oralité dont le patrimoine se trouve dans le Mvett, Olendé, Mubwang, etc.
3. L'école coloniale qui se scinde en :
 - a. l'école des missionnaires ;

²²⁰ Tidiane Dioh, *op. cit.*, p. 121.

²²¹ *Ibidem*, p. 121-122.

- b. l'école des anthropologues et ethnologues.
- c. l'école des africanistes avec toutes ses disciplines :
 - sociologie
 - littérature
 - philosophie²²².

Ce propos renseigne sur le fait que la télévision gabonaise, ayant eu pour mission première l'éducation des populations, permet de concevoir des parallélismes entre l'école qui constitue un réservoir de connaissances culturelles et la télévision qui, elle, est un canal permettant la diffusion des mêmes connaissances culturelles. C'est pourquoi nous avons examiné les missions de service public assignées à la chaîne, tout en nous interrogeant sur les différents rapports qu'elle entretient avec les différentes entités qui fixent son cahier de charge. Et il s'est avéré que la diffusion de la culture gabonaise en constitue une des plus importantes. L'Etat et le politique, par le biais de la société (du lien social), veulent construire le citoyen gabonais à travers la télévision et les programmes (culturels) qui y sont diffusés. Mais nous avons trouvé qu'il fallait d'abord définir la culture gabonaise pour envisager une meilleure adaptation des contenus des programmes culturels à soumettre aux publics. Pour ce faire, il a donc fallu se référer aux textes en vigueur mis en place par les institutions de l'Etat. Ceux-ci malheureusement ne sont pas explicites.

Nous avons relevé de ces entités un certain nombre de manquements auxquels il faudrait à tout prix pallier. C'est le cas du CNC. Cette institution qui a été créée en 1991, juste après la réinstauration du multipartisme au Gabon, lors de la Conférence nationale. Il est le symbole de la libération du PAG. Il n'a pas su s'adapter aux contraintes de l'impartialité juridique et constitutionnelle inhérente à l'application des lois et règlements de la République Gabonaise, malgré son rôle de pièce maîtresse du système médiatique gabonais. En de termes très clairs un des conseiller de cette structure, Gilles TERENCE Nzoghe, dans son adresse intitulée « *Régulation des médias : Réformer en urgence le CNC* » en appelle à la réforme de l'institution : « Chargé de réguler un domaine d'activité caractérisé par une indéniable anarchie sans pouvoir

²²² Alain Elloue Engoune, « Redéploiement paradigmatique en sciences sociales et humaine », in *Patrimoine(s) et dynamique(s)*, op.cit., p. 234.

s'appuyer sur une législation spécifique et vigoureuse, le CNC était donc mal parti. [...] ce texte qui entretient l'illusion d'une avancée favorise le développement anarchique des médias de tout genre. C'est l'erreur qu'il ne fallait pas commettre si le but de la réforme était d'assainir durablement notre paysage médiatique »²²³. En plus de ce que nous avons précédemment évoqué, ce propos, laisse penser que la télévision gabonaise n'est peut-être pas « *mal partie* »²²⁴, mais aurait plutôt mal démarré ses activités. D'une part, en se voyant confisquer « les valeurs d'indépendance et de transparence » par le politique et sa mainmise sur l'organisation et le fonctionnement dudit médium. Et d'autre part, en calquant aveuglement la législation des médias français qui n'évoluent pas dans le même contexte général que le sien, et ce, en partant même de son texte fondateur portant sur le service public de la télévision cité par Jérôme Bourdon : « Au centre du débat de la notion de service public, que l'on se mêle de définir au moment où elle paraît remise en cause ou discutée. C'est toujours le statut de 1964 qui constitue la référence : « L'Office de radiodiffusion télévision française [...] assure le service public national de la radiodiffusion et de la télévision [...] en vue de satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public » (article 1^{er}). Cette définition très générale, et qui se retrouve sur le plan international, ne suffira pas à établir ou rétablir le consensus sur les missions »²²⁵. Nous voyons finalement que le texte fondateur de Gabon Télévision (contenu dans le décret n°035) s'inscrit dans l'optique de celui de l'ORTF qui lui-même revêt un aspect très générique dans sa définition de la notion de service public culturel. Ceci ne constitue pas en soi un problème, étant donné que le système audiovisuel français également s'inspire de celui de la BBC et que s'aligner sur un modèle, c'est se représenter ce modèle tel qu'on se l'imagine. Voilà pourquoi en définissant la culture gabonaise, nous avons parlé de « paradigmes », car on est bel et bien sur une forme de croyance. Et il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises croyances, mais plutôt de bons ou mauvais acteurs et de bons ou mauvais discours.

²²³ Gilles Térance Nzoghe, « *Régulation des médias : Réformer en urgence le CNC* ». Cf. <http://gabonreview.com/blog/regulation-medias-reformer-urgence-cnc/>, consulté le lundi 13 février 2017.

²²⁴ Nous avons emprunté cette expression à l'agronome français René Dumont qui prônait le développement rural (agricole) des pays pauvres. Il est l'auteur du livre à polémiques *L'Afrique est mal partie*, paru en 1962, dans lequel il décrit les origines du mal développement dans le continent africain.

²²⁵ Jérôme Bourdon, *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Préface de Jean-Noël Jeanneret, Paris, INA, 1990, p. 23.

Dans la deuxième partie qui va suivre, nous nous proposons d'examiner l'adéquation entre les discours des acteurs médiatiques gabonais, la programmation (culturelle) au sein de Gabon Télévision et les perceptions des publics. Il nous importera particulièrement de faire une analyse quantitative des données de terrain.

DEUXIEME PARTIE

Télespectateurs et culture.
Une approche statistique et
ethnographique des publics
gabonais

Introduction deuxième partie

Après les définitions des concepts, les questions de méthodologie ainsi que des analyses diverses autour de notre objet d'étude, la culture diffusée par les médias, Gabon Télévision en tant que média diffuseur de la culture, et les acteurs médiatiques et personnalités publiques posés comme concepteurs et producteurs des produits culturels, nous abordons maintenant la question centrale de cette thèse, à savoir : le peuple gabonais, en tant que consommateur et dépositaire d'une culture, ou plutôt de nombreuses cultures séculaires, s'identifie-t-il à sa télévision nationale de service public ? Enoncée en d'autres termes, cette interrogation se formulera sous forme de multiples sous-questions : quelle culture produit Gabon Télévision ? La culture qu'elle diffuse manifeste-t-elle le visage de la diversité culturelle gabonaise ? Que dit-elle du Gabon au Gabonais ? Qu'est-ce que le Gabonais reconnaît en elle pour s'approprier son identité et construire sa sociabilité ? La culture diffusée par Gabon Télévision montre-t-elle la diversité gabonaise et les liens qui structurent anthropologiquement, socialement, psychologiquement, voire politiquement la nationalité gabonaise auprès de ses consommateurs ? En somme, quel rôle joue Gabon Télévision dans le paysage institutionnel et culturel du Gabon ?

La théorie de la communication, depuis l'école de Palo Alto, dispose d'un concept fondamental à partir duquel sont pensées les théories de la communication. Ce concept, maintes fois repris, rénové et parfois re-questionné chez Catherine Kerbrat-Orecchioni²²⁶, a gardé une stabilité structurelle permanente. En effet, le schéma de la communication dispose au moins de deux pôles, le pôle émetteur et le pôle récepteur qui structurent la relation intersubjective entre au moins deux acteurs engagés dans un échange d'information ou de données.

²²⁶ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 1980 (4^e édition).

Dans ce qui nous préoccupe, si l'émetteur, Gabon Télévision, ou plutôt les émetteurs, les acteurs médiatiques et personnalités publiques pris individuellement ont déjà fait l'objet de recherche dans la première partie, celle-ci vise les récepteurs, et en l'occurrence ceux à qui sont destinés les programmes télévisés du service public. Qui sont-ils ? Quelles sont leurs figures ? Que perçoivent-ils de la culture diffusée ? Comment se positionnent-ils par rapport à ce contenu ? Finalement, se reconnaissent-ils dans le téléspectateur « culturel » (re)construit par Gabon Télévision ? Le message de ce dernier est perçu par ses téléspectateurs de façon claire, de sorte qu'on puisse dire qu'entre Gabon Télévision et ses téléspectateurs existe une communication minimalement ou maximalement parfaite ?

Si la présente partie n'envisage pas de répondre directement à l'ensemble de ces interrogations, elle se préoccupera au moins d'en donner des chiffres essentiels qui nous aideront à y répondre clairement.

Pour ce faire nous l'organiserons en deux chapitres distincts. Le premier chapitre décline la pratique du terrain ainsi que la méthodologie mise en œuvre pour la collecte des données. Il restituera aussi quelques statistiques constituées dans le but de maîtriser les données chiffrées et leur projection dans l'espace d'enquête que sont les provinces de l'Estuaire, du Moyen-Ogooué, de la Ngounié et de la Nyanga. Le second chapitre quant à lui exposera les données générales de l'enquête de terrain par variables retenues et par questions posées. Nous en ferons l'interprétation dans la troisième partie.

Chapitre VI.

Conditions de réalisation d'une enquête itinérante à travers le Gabon

Dans ce chapitre, nous entendons aborder les questions relatives, d'une part, aux situations géographique, démographique, environnementale et politique du Gabon, et d'autre part, la délimitation de notre aire d'enquête, ainsi que la justification du choix que nous avons opéré quant à cette aire pour fonder notre enquête de terrain. Ainsi voulons-nous nous donner quelques clés pour comprendre non seulement les données générales de notre enquête de terrain mais aussi des moyens pour intelliger, à terme, le sens de ses résultats.

6.1. Le Gabon en quelques images

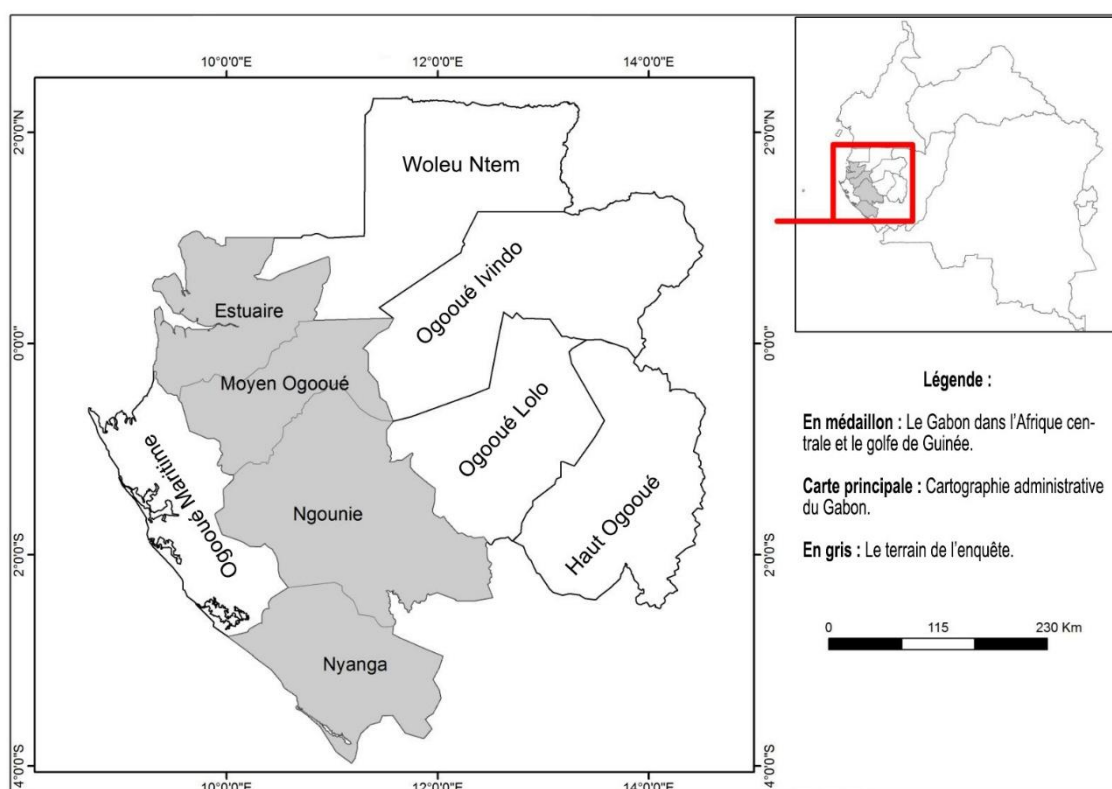
6.1.1. Situation géographique en Afrique

Ayant mené une enquête ethnographique et sociologique auprès des publics, il s'avère nécessaire de présenter le pays et ses régions, pour relever les questions de la ruralité, de l'urbanité et de la perception de la culture au Gabon, etc. En effet, évoquer ces questions n'implique pas que celles-ci se constituent en « réalité » isolée, mais plutôt que leur diversité et leurs spécificités (culturelles) ont parfois longtemps été ignorées, et ne sont pas relayées par les médias et donc pas pour autant toujours connues des

télespectateurs. Comme nous l'avons indiqué dans la première partie, le Gabon est un des cinq pays qui constitue ce que l'on désigne par Etats du Golfe de Guinée. Dans le continent Africain, cette zone est située à mi-distance entre l'Afrique australe et l'Afrique de l'ouest et du nord. La carte ci-dessous réalisée par les géographes du Laboratoire Géomatique de Recherche et de Conseil (LAGRAC) de l'Université Omar Bongo au Gabon²²⁷ permet de la visualiser.

Le Gabon est ainsi frontalier du Cameroun au nord, de la Guinée équatoriale au nord-ouest, de la République Populaire du Congo (Congo Brazzaville) du sud au nord-est. Soit un linéaire frontalier de 3 261 kilomètres. En outre, le Gabon partage avec ces Etats voisins plusieurs caractéristiques, aussi bien anthropologiques, sociologiques, ethnographiques, linguistiques, qu'environnementales et en matière de biodiversité.

Carte n° 1 : Situation géographique du Gabon

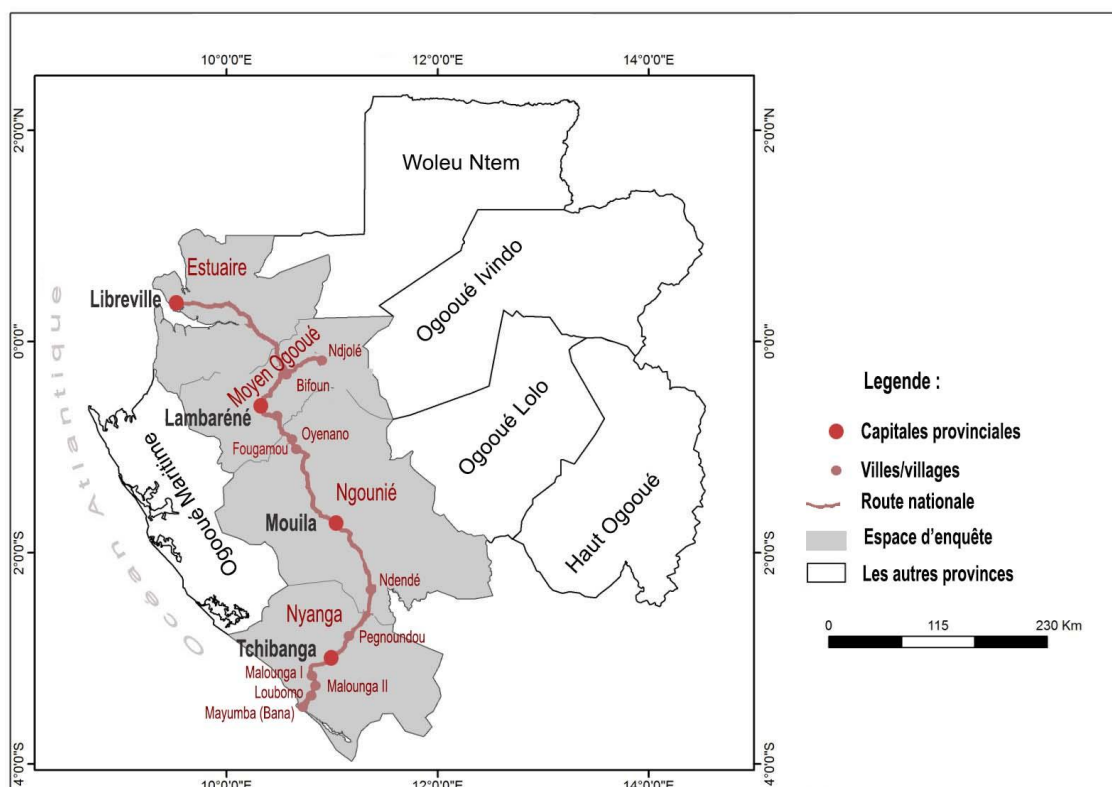


Conception : Médard Obiang Ebanéga (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Réalisation :** Geldin D. Voubou (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Source :** inc. Libreville, octobre 2017.

²²⁷ De fait, toutes les cartes en rapport avec le Gabon et l'Afrique ont été réalisées par ce Laboratoire.

En ce qui concerne sa propre géographie, le Gabon est composé de neuf provinces : au nord, le *Woleu-Ntem* a pour capitale *Oyem* ; au nord-est l'*Ogooué-Ivindo*, sa capitale est *Makokou* ; à l'est, le *Haut-Ogooué*, sa capitale est *Franceville* ; au sud, la *Ngounié* et la *Nyanga*, qui ont pour capitales *Mouila* et *Tchibanga* ; au centre, le *Moyen-Ogooué* et l'*Ogooué-Lolo* qui ont pour capitales *Lambaréné* et *Koulamoutou*. Enfin, sur la façade maritime ouest on trouve les provinces de l'*Estuaire* et de l'*Ogooué-Maritime* dont les capitales sont *Libreville* et *Port-Gentil*. Ces deux capitales sont les capitales administrative et économique du Gabon. Cette géographie est reportée sur la carte n° 2 ci-dessous, dotée d'informations supplémentaires, et dans laquelle nous avons pris soin de mettre en exergue la partie du territoire national enquêté.

Carte n° 2 : La situation administrative du Gabon et le territoire enquêté



Réalisation : Médard Obiang Ebanéga (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Conception :** Geldin D. Voubou (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Données de terrain :** Marina Matsanga Nziengui. **Source :** inc. Libreville, octobre 2017.

Comme on peut désormais le visualiser, notre espace d'enquête s'étend du nord au sud et est constitué de principales villes traversées : capitales provinciales et villes/villages principaux de la route nationale terrestre ralliant Libreville à Mayumba (Bana).

6.1.2. Bref aperçu de l'Histoire Gabonaise

Le Gabon est une ancienne colonie française rendue indépendante le 17 août 1960. L'impact de la colonisation au Gabon est conséquent, pour ne pas dire qu'il est profond, si on admet que le Gabon n'a pas pu se construire sans et en dehors de la France, quel que soit le point de vue que l'on veuille adopter. Le Gabon a été repris à la colonisation portugaise vers le XV^e siècle. Sur la façade maritime atlantique, Boué Willaumez signa des traités avec les chefs ethniques Mpogwè, parmi lesquels Denis Rapontchombo, acte par lequel le Gabon passa sous la bannière coloniale française. Plus tard, Paul du Chaillu et Savorgnan de Brazza exploreront l'intérieur du continent, découvrant les peuples, les coutumes, la végétation, l'écosystème et l'hydrographie gabonais. A cette période où le Gabon ne se réduit qu'à sa façade maritime longue de 885 kilomètres, le peuplement du pays continue de se réaliser. Au nord, les peuples fangs viennent du Cameroun pour se disséminer dans une vaste étendue géographique aujourd'hui composée des quatre provinces que sont : le *Woleu-Ntem*, le *Moyen-Ogooué*, l'*Ogooué-Ivindo* et l'*Estuaire*.

Au sud, les Punu en provenance du Congo se déploieront dans les actuelles provinces de la *Nyanga*, la *Ngounié*, etc. Avec les migrations postérieures, ce groupe linguistique et ses communautés apparentes s'étaleront massivement dans le reste du pays pour diverses raisons. Après les indépendances, ce sera essentiellement pour des raisons économiques. Ainsi retrouvera-t-on les Punu dans le *Moyen-Ogooué*, l'*Ogooué-Maritime* et l'*Estuaire* dont les générations récentes se disent désormais originaires, en plus de leurs zones d'habitats naturels, c'est-à-dire la *Nyanga* et la *Ngounié*.

Avant la pénétration coloniale, d'autres peuples considérés comme autochtones occupaient également le centre du pays à partir de la façade maritime. Parmi ces peuples on trouve les Okandais rencontrés par Savorgnan de Brazza lors de son exploration du fleuve Ogooué.

La surface totale du Gabon est de 267 667 km². Ce territoire est aujourd'hui habité par une mosaïque inextricable de populations diverses estimée à 1 652 597 habitants répartis en 52 ethnies. 34% de cette mosaïque pratiquent les religions locales : *Bwiti*, *Melane*, *Ndjobi*, *Njembè*, etc. Par ailleurs, les religions d'origine extérieure se sont imposées au cours de l'histoire. Elles se sont parfois mélangées aux religions locales comme cela apparaît dans nombre de religions fang dans le nord du pays où le christianisme et la

figure de De Gaulle²²⁸ font désormais partie de l'iconographie et des rituels religieux et traditionnels. On peut voir en ces appropriations les conséquences d'une colonisation religieuse grâce à laquelle le christianisme et ses formes luthériennes s'y sont massivement développés après leurs implantations à partir du milieu du XIX^e jusqu'au XX^e siècle²²⁹. Ainsi le pays compte-t-il aujourd'hui une population de Chrétiens estimée à 65% de la population. Enfin, extrêmement résiduel du fait que ses pratiquants étaient d'abord des populations étrangères commerçantes installées au Gabon (Sénégalais, Béninois, Mauritanais, Libanais, etc.), la religion musulmane s'est progressivement ancrée dans le territoire, surtout à partir du pèlerinage du président Albert Bernard Bongo à la Mecque dans les années 1980. Aujourd'hui les musulmans du Gabon représentent 1% de la population globale du pays.

Etat « démocratique » à son indépendance, le Gabon connaîtra un coup d'Etat mené par de jeunes militaires en 1964. Après intervention de la France grâce au réseau Foccart, Léon Mba, le président contesté est reconduit au pouvoir et le pays bascule progressivement vers le parti unique, celui-ci se matérialisant en 1968, avec l'arrivée à la tête de l'Etat d'Albert Bernard Bongo et la création du Parti Démocratique Gabonais (PDG). En 1990, le pays renoue avec le pluralisme démocratique, suite aux émeutes estudiantines et populaires l'ayant conduit au bord de « l'explosion » sociale. Une Conférence Nationale se tiendra à Libreville, autour de laquelle différentes composantes politiques et organisations populaires prennent part. Reconduit aux fonctions présidentielles, Albert Bernard Bongo devenu El Hadj Omar Bongo, restructure le pays autour de sa personnalité, le glissant subrepticement vers un retour inavoué au parti unique, malgré les mécanismes démocratiques institués. A sa mort en 2009, son fils Ali Bongo Ondimba lui succède à la tête de l'Etat après une élection démocratique « très controversée ». En 2016, dans un contexte politique incertain, le second scrutin post-Omar Bongo Ondimba est organisé dans une atmosphère de quasi rébellion du peuple contre le Parti Démocratique gabonais depuis près de cinquante ans au pouvoir ; le

²²⁸ Une danse traditionnelle fang s'appelle « le Gaulle ». Elle avait été initiée pour accueillir le général De Gaulle au sud du Cameroun lors de son voyage en Afrique pendant la résistance à l'invasion allemande.

²²⁹ Olive Itoumba, « L'Eglise au Gabon. Evangélisation et montée en puissance des acteurs religieux en politique (1842-2015), in Georice B. Madébé, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016, p. 231-257.

peuple aspirant radicalement à un « changement d’homme à la tête d’un Etat devenu dynastique ».

Cela n’a pas été sans conséquences pour l’enquête. En effet, cette dernière a été influencée à la fois positivement et négativement. D’une part, les populations dans leur élan de contestation et d’espérance de changement, ont répondu ouvertement aux différents questionnaires soumis à leur attention. Pareille attitude a été observée chez les professionnels des médias interrogés, qui ont même tenu à « enfreindre les règles de l’anonymat » pour s’exprimer « à cœur ouvert » et dire leur part de vérité sur le fonctionnement des médias publics nationaux. D’autre part, cette situation a constitué un frein à la rencontre avec certains responsables politiques dont le calendrier était chargé par les déplacements (voyages) à l’intérieur du pays ou vers Libreville pour les nombreux meetings au compte de la campagne électorale²³⁰ ou pour des raisons politiques. C’est dans ce contexte « mouvementé », « effervescent » voire « brûlant » que notre enquête a été réalisée dans les quatre provinces unifiées par la voirie économique nationale, de Libreville dans l’*Estuaire* à Mayumba dans la *Nyanga* (cf. carte n° 2 supra).

6.1.3. Quelques données démographiques

D’après les *Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013* du Gabon, le pays compte 1 811 079 habitants²³¹. Cette population représente 1 458 464 nationaux et 352 615 étrangers conformément répartis dans le tableau suivant :

Tableau n° 22 : Effectif de la population résidente au Gabon en octobre 2013

Population résidente par nationalité	Sexe		
	Hommes	Femmes	Ensemble
Gabonais	706 417	752 047	1 458 464
Etrangers	227 655	124 960	352 615
Total	934 072	877 007	1 811 079

Source : Direction Générale de la Statistique (DGS). Libreville, décembre 2015.

²³⁰ Il en était de même pour les journalistes qui les accompagnaient pour couvrir la campagne présidentielle.

²³¹ Direction Générale de la Statistique (DGS), *Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013)*, Libreville, Décembre 2015.

D'après ces données, la population gabonaise représente 80,53% des personnes vivant sur le territoire gabonais. Elle se redéploie sur l'espace national, en termes d'urbanité et de ruralité comme suit :

Tableau n° 23 : Répartition de la population par zone d'habitation

Milieu de résidence	Effectif			Pourcentage		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Urbain	813 098	764 548	1 577 646	87%	87,20%	87,10%
Rural	120 974	112 459	233 433	13%	12,80%	12,90%
Total	934 072	877 007	1 811 079	100%	100%	100%

Source : Direction Générale de la Statistique (DGS). Libreville, décembre 2015.

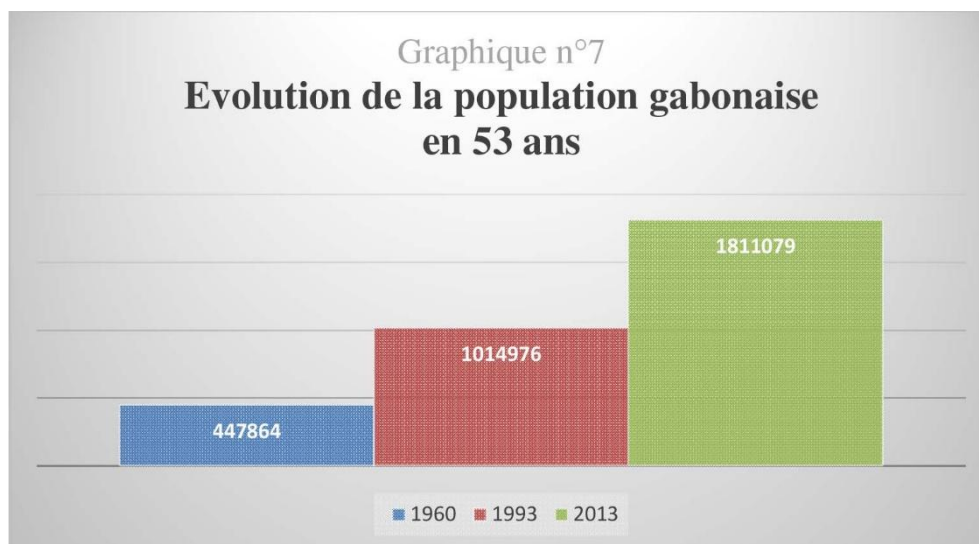
Ce tableau démontre que les zones urbaines du Gabon, et notamment les capitales des neuf provinces du pays, sont densément peuplées. Elles concentrent 87,10% de la population résidant au Gabon. Ce volume est dû à un taux d'urbanisation ayant progressivement cru au cours de ces deux dernières décennies, passant d'un taux d'urbanisation de 20% entre 1960 et 1993 à un taux d'urbanisation de 87% entre 1993 et 2013²³².

D'après les trois recensements généraux de la population gabonaise qui ont été effectués depuis l'indépendance du pays, d'abord en 1960, puis en 1993 et enfin en 2013, on peut déterminer l'évolution démographique nationale. Sur cette période de 53 ans, la population gabonaise a varié de 447 864 habitants en 1960 à 1 014 976 habitants en 1993, puis à 1 811 079 habitants en 2013. Son volume a été alors démultiplié par 4. Mais surtout, il s'est accéléré de plus de trois quarts en 20 ans, entre 1993 et 2013. Ces données produisent l'histogramme ci-après²³³. Grâce à celles-ci, on peut voir que le Gabon a quasiment triplé sa population. Nous observons également une forte déconcentration démographique au niveau rural, si l'on s'en tient à l'idée qu'en 1960,

²³² DGS, *Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013)*, op. cit., p. 4.

²³³ Voir page suivante.

ce pays était peuplé de villageois, y compris à Libreville, de par une présence des populations autochtones encore relativement homogènes sur la façade atlantique²³⁴.



Source : Direction Générale de la Statistique (DGS). Libreville, décembre 2015.

Projetés sur ses 9 provinces, les 1 811 079 habitants résidents du Gabon se répartissent ainsi que le tableau ci-dessous le montre :

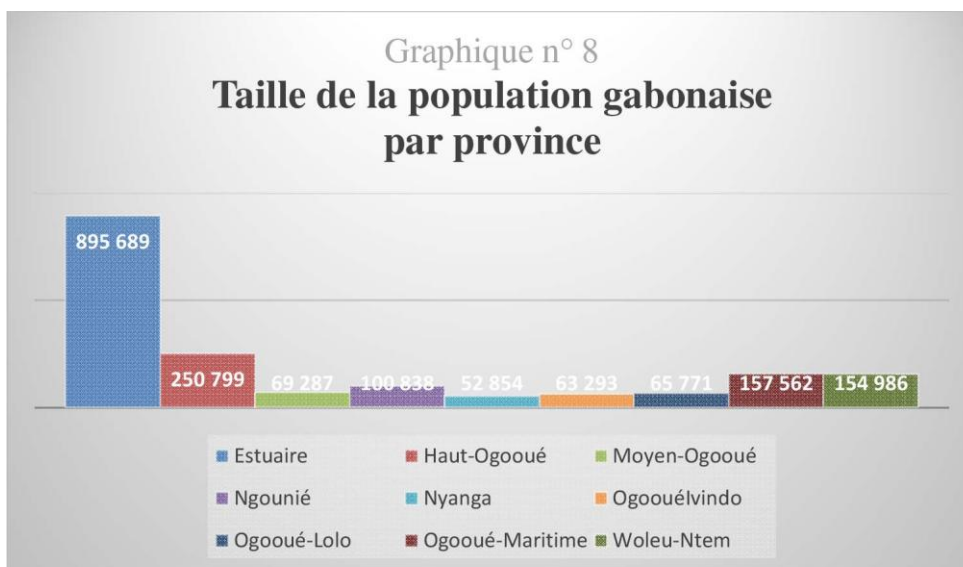
²³⁴ L'immigration fang dans le nord du pays à partir du XV^e siècle a contrebalancé le concept d'autochtonie souvent revendiqué par les populations du littoral plus anciennes dans le lieu, bien qu'elles-mêmes fussent en provenance de la République populaire du Congo, de la Centrafrique et des îles au large du Gabon entre les XII^e et XV^e siècles. De ce point de vue, l'histoire des peuplements du Gabon reste la grande inconnue des populations gabonaises, y compris de son élite intellectuelle (cf. Les travaux de Mary Kingsley relatifs à ses voyages en Afrique occidentale). Mais aussi, les nombreux sites sur l'histoire de l'Afrique et du Gabon.

Tableau n° 24 : Répartition de la population résidente du Gabon par province selon le sexe et la densité

Province	Sexe			Rang	Densité (hab./km ²)
	Hommes	Femmes	Ensemble		
Estuaire	456 848	438 841	895 689	1 ^{er}	43,2
Haut-Ogooué	137 690	113 109	250 799	2 ^e	6,9
Moyen-Ogooué	35 239	34 048	69 287	6 ^e	3,7
Ngounié	50 616	50 222	100 838	5 ^e	2,7
Nyanga	26 095	26 759	52 854	9 ^e	2,5
Ogooué-Ivindo	32 663	30 630	63 293	8 ^e	1,4
Ogooué-Lolo	35 306	30 465	65 771	7 ^e	2,6
Ogooué-Maritime	81 033	76 529	157 562	3 ^e	6,9
Woleu-Ntem	78 221	76 765	154 986	4 ^e	4,0
Total	933 711	877 368	1 811 079		6,8

Source : Direction Générale de la Statistique (DGS). Libreville, décembre 2015.

La population gabonaise est caractérisée par un déséquilibre démographique dû à une répartition inégale de ses habitants dans toute l'étendue du territoire national. Les écarts par province oscillent entre une population minimale de 52 854 habitants (province de la Nyanga) et une population maximale de 895 689 (province de l'Estuaire). Quatre provinces dénombrent chacune moins de 70 000 résidents. Ce sont : le *Moyen-Ogooué*, la *Nyanga*, l'*Ogooué-Ivindo* et l'*Ogooué-Lolo*. Quelques données essentielles peuvent expliquer le volume anormalement élevé de la population dans l'Estuaire et sa forte densité. Cette province concentre la quasi-totalité de l'économie gabonaise, exception faite des industries minières et pétrolifères. Son développement économique en fait donc un centre d'attraction d'autant plus que s'y trouve implantée la capitale administrative du Gabon : Libreville. Avec 3 724,6 habitants au kilomètre carré, la capitale gabonaise est en effet de loin le centre urbain le plus peuplé du Gabon. L'histogramme ci-dessous décrit la répartition par province des habitants résidents dont du pays Léon Mba et Omar Bongo ont été les dirigeants politiques au long cours de 1960 à 2009 :

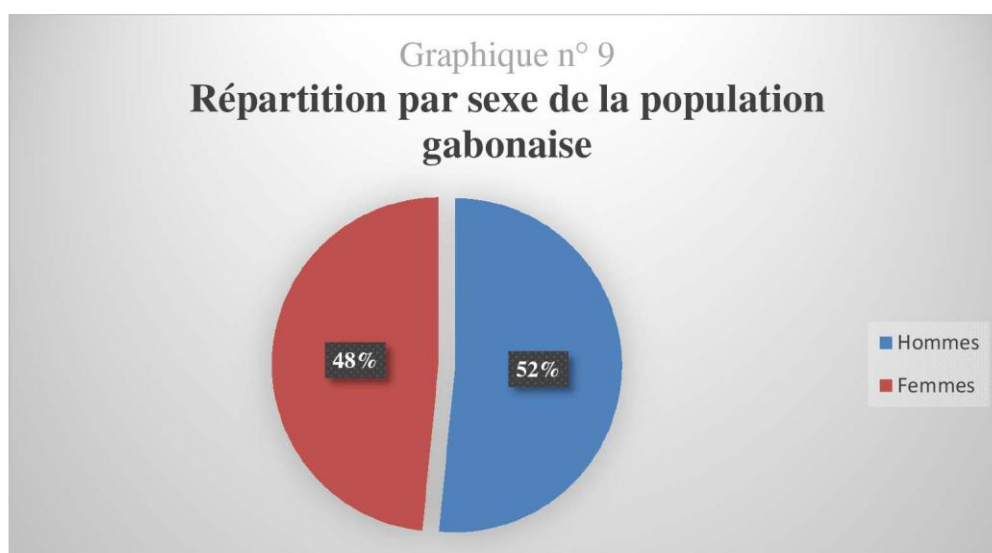


Source : Marina Matsanga Nziengué, d'après les données du RGP 2013. Libreville août 2017.

Cette visualisation a le mérite de mettre en exergue le poids de l'Estuaire dans la balance démographique nationale gabonaise. Elle confirme surtout que cette province et notamment sa ville principale joue un rôle sociologique déterminant dans construction des imaginaires, des représentations et des significations sociales de l'urbanité, de la citadinité et de la citoyenneté. Elle bat donc au rythme du cœur du Gabon, lui donnant l'importance essentielle à cet équilibre sociodémographique auto-constitué. Autrement dit, les valeurs liées l'urbanité et la citadinité qui s'y concentrent, comme les comportements, mais également les pratiques (décrites en première partie et en lien avec les ethnies) et les représentations culturelles ancestrales et modernes des Gabonais de toutes les provinces s'y retrouvent construits autour des phénomènes migratoires²³⁵. Elles sont observables à différentes échelles : des quartiers centraux aux périphériques en constantes recompositions, en passant par ceux dits « des riches » et aux noms évocateurs comme « Bord de mer », « La sablière », « Barcelone », etc., aux quartiers populaires comme « Akébé », Kinguélé », « Rio », « Carrefour Léon Mba », « Mont Bouët », « Nkembo », « Atsibitchoss », etc.

²³⁵ Rano-Michel Nguema, « Développement de la ville, découpage et appropriation des territoires urbains au Gabon : le cas de Libreville », in *Belgeo* [En ligne], 4 | 2005, mis en ligne le 29 octobre 2013, consulté le 29 8 juillet 2017. URL : <http://belgeo.revues.org/12167> ; DOI : 10.4000/belgeo.12167.

La répartition démographique par sexe est la moins déséquilibrée, que ce soit au plan des statistiques globales ou au plan statistique par province. Ainsi, les populations des femmes sont quasiment inférieures à celles des hommes. Le diagramme ci-dessous peut attester cette observation :



Source : Marina Matsanga Nziengui, d'après les données du RGP 2013. Libreville août 2017.

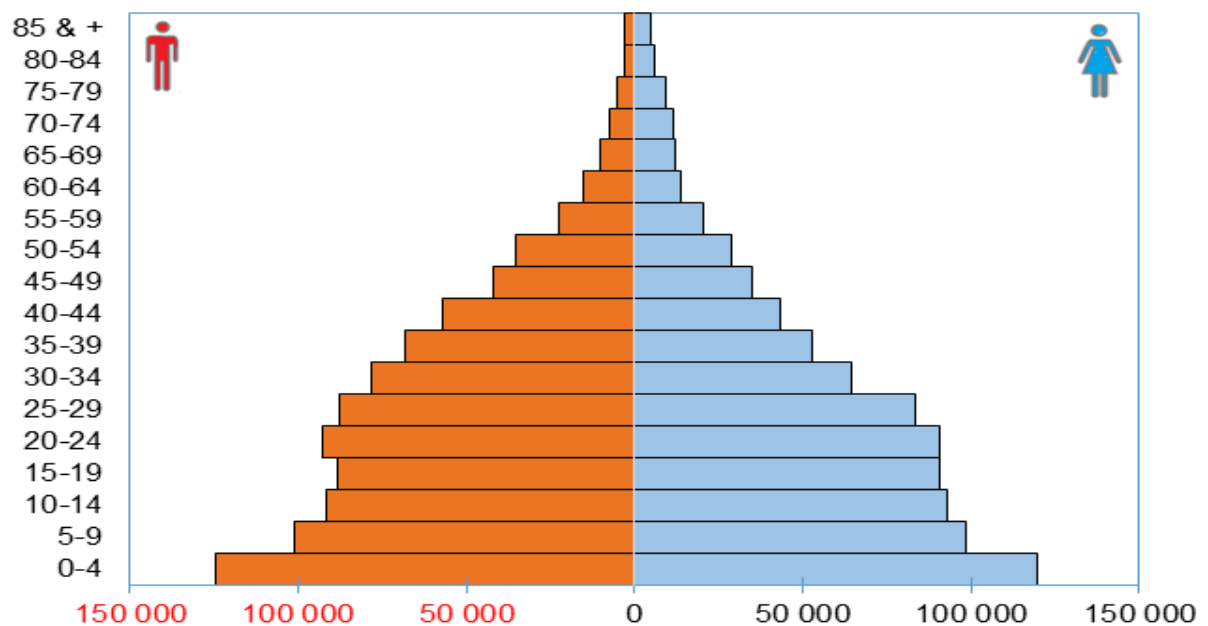
Ainsi les femmes constituent-elles 48% de la population gabonaise résidente. En volume ce pourcentage équivaut à une statistique de 877 368 femmes pour 933 711 hommes. Soit un différentiel de 56 343 en nombre d'individus. Ce différentiel donne un pourcentage de 3,11% de la population globale du Gabon. A ce titre, les femmes sont en volume quasi les égales des hommes. De ce fait, elles détiennent des pouvoirs importants dans l'organisation de la société gabonaise diversement marquée par la vie sociale traditionnelle et fortement impactée par une modernité pour une grande part télédiffusée par les médias traditionnels et plus encore par les médias numériques et satellitaires (Canal + Afrique et les réseaux sociaux principalement). Leur émancipation s'est ainsi façonnée au fil de l'histoire au moyen de divers mécanismes : la scolarisation, l'action politique encouragée par des institutions comme l'Organisation des Nations Unies, etc.²³⁶. Ainsi les femmes participent-elles désormais à toutes les

²³⁶ Chantal Mindzié Abessolo, « 50 ans de présence féminine au Parlement. Pratiques et dynamiques d'insertion des femmes dans la vie politique au Gabon », in Georice Berthin Madébé, *Le Gabon*

activités économiques, administratives, sociales et politiques du pays aux mêmes titres que les hommes, malgré des disparités encore évidentes dues au poids des sociétés traditionnelles gabonaises et à leur introduction tardive dans le système scolaire national.

Une autre caractéristique de la pyramide d'âge gabonaise est la jeunesse de sa population. En effet, celle-ci est « *relativement jeune* ». Son âge moyen se situe à 26 ans. « La moitié de la population a moins de 22 ans. La moyenne d'âge est beaucoup plus élevée en milieu rural où elle dépasse 32 ans qu'en milieu urbain où elle est de 25 ans. Par contre, l'âge moyen des hommes ne diffère pas beaucoup de celui des femmes »²³⁷. La pyramide des âges ci-après en révèle la structure :

Graphique n° 10 : La Pyramide des âges de la population gabonaise en 2013



Source : Direction Générale de la Statistique (DGS). Libreville, décembre 2015.

Cette pyramide des âges révèle « une fécondité et une mortalité importantes » bien caractéristiques des pays pauvres et/ou en voie de développement. Elle est sensiblement

aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative, op. cit., 2016, p. 203-229.

²³⁷ DGS, Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013), op. cit., p. 14.

proéminente à sa gauche. Ceci atteste « le rapport de masculinité en faveur des hommes ». Elle aussi saillante dans la tranche d'âge située à 20-34 ans pour les hommes aussi bien que pour les femmes. « La population âgée de moins de 30 ans représente 64,1 % de la population totale », tandis que celle « d'âges actifs constitue 61,4 % »²³⁸. A plus de 55 ans, il y a moins d'hommes que de femmes. Ce phénomène est dû à leur « plus grande longévité »²³⁹.

Pour conclure avec les données démographiques, nous nous contenterons de citer le RGP- 2013 en deux points essentiels : d'une part, par rapport à la situation linguistique ; et d'autre part, par rapport au niveau d'instruction de la population. Un commentaire sera établi après chacune des citations.

Sur le plan linguistique

Sur la situation linguistique du Gabon, le RGP -2013 informe : « La compréhension d'au moins une langue gabonaise est plus répandue parmi les Gabonais de nationalité que les 64 % trouvés au niveau de la population totale. En effet les trois quarts d'entre eux (75 %) parlent au moins une langue du Gabon et ce pourcentage atteint 90 % en milieu rural. Il est de 72 % en milieu urbain. Les différences selon le sexe sont faibles parmi la population gabonaise. Chez les étrangers, c'est 12 % qui comprennent au moins une langue gabonaise, proportion qui monte à 45 % en milieu rural, et à 67 % parmi les femmes étrangères vivant en milieu rural. En milieu urbain, c'est un étranger sur dix qui parle une langue gabonaise »²⁴⁰. Ces informations semblent bien sujettes à caution. Sur le plan universitaire, nombreux sont les linguistes qui, alarmistes et dubitatifs, préviennent de l'abandon des usages des langues nationales au profit de l'expansion de la langue française, langue administrative et d'affaire introduite dans le territoire par le fait colonial. Le déclin des langues nationales serait ainsi marqué chez les jeunes populations urbaines et scolarisées du Gabon qui n'a aucune politique linguistique nationale²⁴¹. Toutefois, le RGP-2013 insiste aussi sur une donnée

²³⁸ *Ibidem*, p. 15.

²³⁹ *Idem*, p. 14.

²⁴⁰ *Ibidem*, p. 17.

²⁴¹ Serge Loungou, Daniel Franck Idiata, « La question linguistique au Gabon. Ses implications socioculturelles et politiques », in *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, op. cit., p. 71-92.

observable sociologiquement, la mixité des populations étrangères installées dans le pays et leur niveau de pénétration très élevé.

Sur le niveau d'instruction

Sur le niveau d'instruction, le RGPL-2013 précise : « Au Gabon, la main-d'œuvre potentielle est relativement bien instruite puisque seul 13 % est sans instruction. Au total 70 % a atteint ou dépassé le cycle secondaire. Des pourcentages similaires se retrouvent dans la population inactive et la population active. De manière générale, on note que la population inactive est plus instruite que la population active, conséquence de la part importante de cette population constituée des élèves, étudiants et stagiaires. Parmi les actifs, les chômeurs sont les moins bien instruits et les demandeurs de premier emploi les plus instruits. Ce schéma d'ensemble ne diffère pas d'un sexe à l'autre »²⁴².

Ici, une confusion semble entretenue entre « instruction » et « alphabétisme ». Si pour l'administration gabonaise les deux termes paraissent synonymes, il reste que les problèmes d'illettrisme dans le pays est d'un niveau relativement élevé. Il est remarquable aussi bien dans la classe politique que dans différentes classes d'âges des populations. Cet illettrisme a une conséquence très unique au plan sociologique. Dans les discours sociaux, la presse en général, il produit un analphabétisme qui nourrit une *culture d'ignorance*, des attitudes et postures sociologiquement contreproductives, et qui passent être de véritables freins au développement du Gabon²⁴³. Ce nouvel analphabétisme pourrait s'expliquer par l'effondrement du système éducatif gabonais à partir des années 1990, année du retour au pluralisme démocratique et de la conférence nationale gabonaise. Dans le chapitre consacré à la programmation et aux programmes, le constat a été fait concernant la question de l'utilisation de la langue française dans les émissions culturelles. Or, il n'est pas évident qu'elle soit bien comprise par toutes les couches de la population, précisément les personnes âgées et celles non scolarisées vivant dans les villages et les quartiers populaires (ou sous-intégrés). C'est dans cette optique que la référence à Jean Caune devient significative puisque celui-ci en expliquant en quoi et comment la langue est constitutive de la culture. Pour cet

²⁴² DGS, *Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013)*, op. cit., p. 17.

²⁴³ E. Eyeang, R. F. Quentin de Mongaryas (dir.), *Les valeurs dans la société gabonaise. Etat des lieux, enjeux et perspectives*, Libreville, Odette Magana, 2015.

auteur, l'un des aspects qui donnent en effet à la langue sa dimension fondamentale pour comprendre une culture « est dû à une caractéristique commune à la langue et à la culture : c'est dans et par la langue qu'individu et société se déterminent mutuellement »²⁴⁴. Or, dans le cas du Gabon, ce principe communicationnel autour de la construction du « vivre-ensemble » n'est pas nécessairement observé du fait des choix en matières d'éducation et de politique opérés par la Nation depuis les indépendances jusqu'à nos jours, et qui ont constamment mis en péril les cultures autochtones prises de façon indifférenciée ou considérées du point de vue de leurs assises ethniques. Un des moteurs du blocage de ce principe est la « politique d'unité nationale » qui s'est progressivement déséquilibrée au cours du temps. Au lieu que de promouvoir le « vivre-ensemble » par les mécanismes de la communication appuyés par les moyens de télédiffusion publique, l'unité nationale au Gabon s'est traduite par « l'unanimité » autour du président de la République gabonaise et par l'attachement à sa personne physique. Cela a ainsi favorisé une politique clientéliste savamment entretenue qui a rendu possible ce que Jean-François Obiang a désigné par la « durabilité au pouvoir du Prince »²⁴⁵.

6.1.4. Données de l'économie gabonaise

A l'instar de la plupart d'anciennes colonies françaises devenues indépendantes dans les années 1960, le Gabon dispose d'une économie reposant sur la rente. Pendant plusieurs décennies, le pétrole, le bois, le manganèse, l'or et le diamant, etc. ont fait la fortune du pays en constituant, à de degrés divers, une part significative de différents budgets de l'Etat. A tel point que celui-ci s'est souvent trouvé fragilisé à chacune des crises économiques et/ou financières régionales et internationales²⁴⁶. Depuis plusieurs années, très peu de biens de consommation sont produits au Gabon. Ainsi le pays se trouve-t-il fortement dépendant de ses partenaires économiques internationaux, que ce soit sur le

²⁴⁴ Jean Caune, *Culture et communication, op.cit.*, p. 34.

²⁴⁵ Jean-François Obiang, *France-Gabon. 1960-1990 : trente ans de dépendance réciproque*, Libreville, La Maison Gabonaise du Livre, 2005.

²⁴⁶ L'Etat gabonais a justement connu un nombre d'ajustements structurels très important, plus d'une dizaine depuis la fin des années 1980 au milieu des années 2000 (cf. Arsène Ludovic Meye, *op. cit.*). Pour un petit pays en nombre d'habitants et en volume financier disproportionné, ce déséquilibre dénote un dysfonctionnement entre les objectifs de développements économique, social et humain et les choix politiques réalisés.

plan alimentaire ou sur le plan de la production des biens industriels. Si le Gabon avait fait de la France son principal partenaire économique, aujourd'hui, *via* la politique de diversification de l'économie, le pays s'est trouvé de nouveaux partenaires en Asie, dont la Chine²⁴⁷. La pauvreté masquée par de nombreuses années de gestion politique dominée par le parti unique explose au grand jour aujourd'hui, coupant le pays en deux. Aussi, l'économie de rente officielle alimentée par l'argent du pétrole, du manganèse, du bois, mais aussi de l'or et de divers autres métaux précieux dont l'exploitation est restée méconnue des publics pendant très longtemps est-elle soutenue par une multitude d'entreprises occidentales, dont au moins 90% sont des entreprises françaises. Nombre de productions et de richesses nationales « invisibles », parce que guère comptabilisées dans l'économie du pays, ont produit une richesse accumulée par 2,5% de la population autour d'une pratique politique clientéliste²⁴⁸, tandis que la grande majorité de celle-ci s'emploie à vivre d'une économie non officielle inspirée par une économie dite traditionnelle²⁴⁹. Pour Ignace Koumba Pambolt, ce type d'économie « représente environ 50% de la valeur des importations nationales et brasse 10 milliards de francs Cfa par an, selon une estimation du ministère du Commerce et de l'Industrie. Il est organisé autour de petites entreprises dans lesquelles excellent des travailleurs indépendants familiaux « *pour ne pas se retrouver désœuvrés et/ou inoccupés* ». Dans de nombreux cas, il s'agit d'entreprises familiales dans lesquelles les femmes offrent leur main-d'œuvre sans percevoir un salaire et où les bénéfices sont contrôlés par le mari ou l'homme de la maison. [...] Ces activités, puisqu'un consensus s'est dégagé autour de l'idée de ne pas considérer les activités domestiques ou reproductives comme propres au secteur informel »²⁵⁰.

Ce qu'il faut retenir au risque de paraître prolixe est qu'avec cette économie de rente, la création d'un modèle économique pour la culture locale pouvant favoriser le vivre-ensemble dans la diversité ethnique n'a pas été pensée. A présent, cette attitude que nous pouvons considérer comme étant une « erreur politique » a pour conséquence

²⁴⁷ Arsène Meye, « Prospective de l'économie gabonaise », in Georice B. Madébé, Noël Ovono Edzang, *Figures du Gabon contemporain*, Paris, Dianôia, 2005.

²⁴⁸ Tim Auracher, *Le Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, L'Harmattan, 2003.

²⁴⁹ Ignace Koumba Pambolt, « Le secteur informel urbain et l'économie gabonaise. Etude d'une « économie parallèle » », in Georice Berthin Madébé, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, op. cit., p.387-403.

²⁵⁰ Op. cit., p. 395-396.

l'absence d'un modèle ou d'un développement économique organisé par et pour les autochtones, autour d'une production industrielle et culturelle inspirée par les nationaux. Cette situation a engendré sur le long terme une absence d'industries de la culture et des médias, dans l'ignorance générale des journalistes et des citoyens, voire des élites politique et intellectuelle elles-mêmes²⁵¹. Par voie de conséquence, la télévision est devenue intuitive et sous influence politique comme nous l'avons démontré en première partie. Elle n'est pas parvenue pas à construire un modèle économique propre pour s'assurer des moyens de produire un autofinancement indépendant, tout en restant un outil de service public. Au contraire, elle est demeurée depuis les indépendances sous emprise directe de ce dernier par le biais de son immuable conseil d'administration. De ce fait, comme l'économie gabonaise repose essentiellement sur les industries extractives (pétrole, manganèse, bois, etc.), le développement d'une économie fondée sur l'industrialisation de la culture n'a pas pu s'y implanter. A dire vrai, il n'est pas sûr que l'avènement de cette industrie est pour demain d'autant plus que, d'une part, les élites n'en ont pas toujours conscience, et d'autre part, le modèle économique officiel dans le pays est structurellement dominé par celui de la rente. Par exemple, la récente politique de diversification économique observée au Gabon s'est construite sur la production des palmes, du caoutchouc, etc., cette production étant vouée à l'exportation sans création de richesses nationales. L'imaginaire de la rente constitue donc un blocage substantiel dans l'imagination politique de l'économie. Il ne permet pas en ce jour de penser l'organisation d'une véritable politique culturelle à même de participer à la richesse nationale. En outre, en ce qui concerne précisément Gabon Télévision, nous avons vu que sa programmation ne prend pas en compte la diffusion d'émissions culturelles devant promouvoir le patrimoine culturel gabonais dans sa diversité. Dans les faits, ceci est une des conséquences directes de la rente pétrolière : le Gabon a acheté et achète pour sa chaîne publique, quand il ne les reçoit pas des réseaux de distribution francophones, des contenus destinés à sa programmation.

Tous les éléments qui précèdent ont patiemment amené le pays à s'organiser en fonction du modèle économique dominant, celui de la rente, tant et si bien qu'à l'échelle du territoire national, l'économie gabonaise s'est dotée d'une structure contrastive dont la

²⁵¹ Cf. Luc Ngowet, *Petites misères et grands silences. Culture et élites au Gabon, op. cit.*

forme se reproduit dans tous ses principaux lieux d'activités. Ce contraste manifeste un certain nombre de fractures territoriales. D'abord dans la capitale où le moteur de l'économie gabonaise s'est historiquement situé sur la bande littorale du nord au sud, sur la façade atlantique, avec des infrastructures telles que l'Aéroport International Léon Mba, les Hôtels Dowé, Rapontcombo, Re Ndama²⁵², Okoumé Palace, les établissements d'enseignement secondaire, les immeubles abritant les services publics, la présidence de la République, la zone industrielle de Libreville (Oloumi), le port d'Owendo avec sa « zone économique », etc. A l'intérieur du pays se situent les aires habitées par les populations, occupées dans une anarchie organisée par une absence de politique urbaine et une logique de déprédation de l'espace. Cette absence de politique d'urbanisation a été davantage mise en relief par une immigration massive qui a principalement touché la ville de Libreville depuis les années 1970, années du lancement des travaux du chemin de fer transgabonais²⁵³. Les phénomènes sociaux et d'urbanisation anarchique dus aux migrations explicitent un rapport contrasté en termes d'infrastructures entre les quartiers huppés de la ville densément peuplée qu'est Libreville et les quartiers populaires et les autres provinces comme nous le verrons dans la troisième partie. Les photographies ci-dessous du bord de mer et des quartiers continentaux et périphériques de Libreville mettent en relief ce contraste qui se suffit à lui-même pour indiquer visuellement, le sens de la politique urbaine du Gabon et surtout de Libreville et de ses communes.

²⁵² A titre de rappel, Dowé, Rapontcombo, Ndama étaient des chefs coutumiers parmi les nombreux chefs des villages autochtones du littoral librevillois entrés dans l'histoire des rapports franco-gabonais avec l'insigne de roi ou re (en langue omyènè). On dénombre aussi Glass, Quaben, etc. qui ont également laissé leurs noms à la postérité à travers les quartiers du littoral et les établissements publics de Libreville qui se sont vus attribuer leurs patronymes.

²⁵³ Rano-Michel Nguema, « Développement de la ville, découpage et appropriation des territoires urbains au Gabon : le cas de Libreville », *op. cit.*

Photographie n° 6 : Libreville, le Boulevard Léon Mba (entre la marie centrale et le ministère des Affaires étrangères)



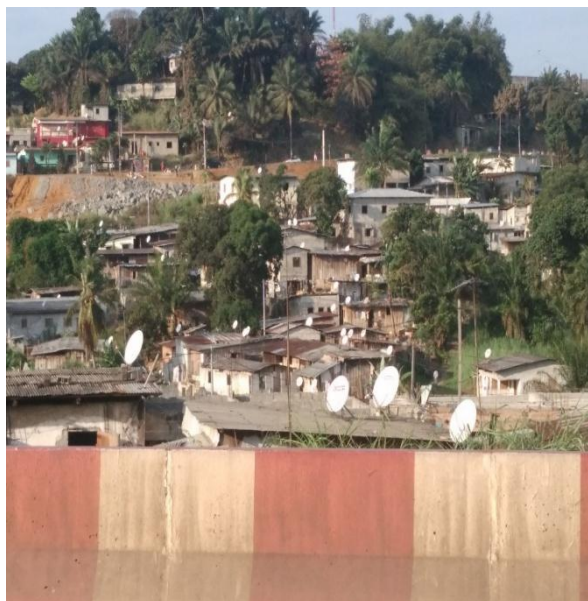
Photographie n° 7 : Sur la principale artère du Bord de mer de Libreville, entre l'ancien gouvernorat et l'entrée du Port môle



Source : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2017.

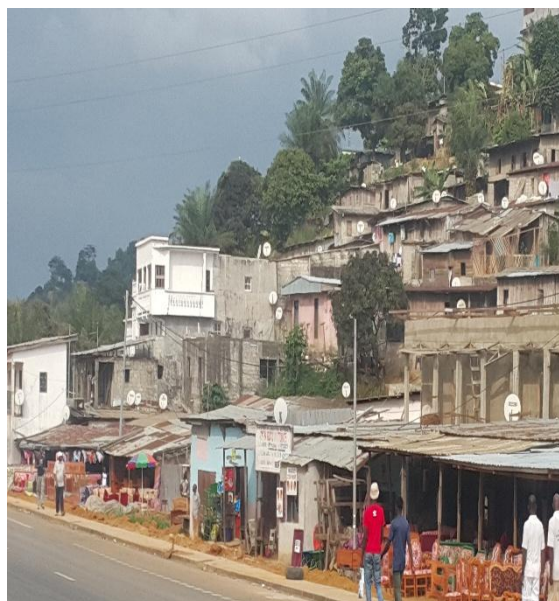
La façade maritime de Libreville présente une étonnante modernité aux yeux des touristes découvrant la capitale du Gabon pour la première fois. A gauche, le Boulevard Léon Mba. Cette voirie croise en un axe perpendiculaire la voie principale qui longe le bord de mer de Libreville. Elle est devenue le lieu d'implantation de quelques institutions de la République : à savoir, Gabon Télévision (hors champ), le Ministère du Pétrole et des hydrocarbures, la Banque des Etats de l'Afrique Centrale (BEAC), la Senat, l'Assemblée Nationale et la mairie de Libreville (hors champ). A droite, le bord de mer de Libreville, pas loin de la jonction avec le Boulevard Léon Mba, au carrefour du ministère des « Affaires étrangères », le long de la voirie sur la façade atlantique délimitée par l'entrée du quartier Louis et l'ancien gouvernorat de Libreville.

Photographie n° 8 : Quartier « Belles peinture ». Axe PK 5/Owendo (Libreville)



Sources. Marina Matsanga Nziengui, Libreville, août 2016.

Photographie n° 9 : Quartier PK 11 (Libreville)



Photographie n° 10 : Quartier « Akournam »
(Owendo, Libreville)



Source : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, août 2016.

Les trois photos ci-dessus mettent en relief la réalité urbaine des quartiers dits populaires de Libreville, dans l'hinterland de l'estuaire du Gabon. En l'occurrence Nzeng Ayong, Belle peinture et Rio. Le contraste entre ces quartiers et la façade maritime de Libreville est saisissant. Il semble être la marque du Gabon postcolonial. Cependant, il n'est pas un phénomène nouveau dans le paysage des villes africaines. Dans son roman *Ville cruelle*²⁵⁴, Eza Boto (de son vrai nom Alexandre Biyidi Awala), l'illustre déjà avec l'asymétrie dégagée autour de la ville de Tanga. Tanga nord était le siège de la modernité avec son économie, son urbanité et sa citoyenneté organisées par l'espace, et Tanga sud, l'aire de regroupement de travailleurs venus offrir leur force de travail à la nouvelle économie coloniale. Ce bicéphalisme étend ses figures dans l'ensemble du territoire gabonais, opposant ainsi urbanité et ruralité à l'intérieur des grandes villes (Oyem, Libreville, Makokou, Tchibanga, Mouila, Franceville, Lambaréné, Koula-Moutou, Port-Gentil), y compris dans les villes et villages relativement organisés comme Fougamou, Ndjolé, Bana, Bifoun, etc., suivant en cela les modèles économiques développés par les villes et/ou par les populations qui y vivent. A Ndjolé par exemple, en centre-ville se côtoie ainsi une citoyenneté développée autour des figures de l'économie traditionnelle, et une citoyenneté « moderne », accoudee au modèle économique dominant. De plus, cette asymétrie devient un critère pertinent dans l'urbanité gabonaise puisqu'elle se transforme en indicateur social, économique et politique, que ce soit en matière de développement urbain ou rural (territorial) ou que ce soit en matière de développement des infrastructures administratives, scolaires et sociales²⁵⁵. En cette matière donc, l'asymétrie spatiale qui se dégage à l'intérieur des villes oppose les villes elles-mêmes. Elle signe ainsi les errements politiques et économiques du Gabon indépendant, dans sa pénible marche vers une modernité non maîtrisée, car à la fois imitée et empruntée aux images d'Epinal²⁵⁶. Les photos ci-dessous prises à Ndjolé éprouvent le développement économique et culturel du Gabon, démontant à l'occasion les « courants de convection »

²⁵⁴ Eza Boto, *Ville cruelle*, Paris, Présence Africaine, 1958.

²⁵⁵ Eric Damien Biyoghe Bi Ella, « Les fêtes tournantes et la modernisation du Gabon. Oyem, entre antagonismes politiques et développement rural et urbain », in Georice Berthin Madébé, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, op. cit.

²⁵⁶ Serge Alain Godong, *Implanter le capitalisme en Afrique. Bonne gouvernance et meilleures pratiques de gestion face aux cultures locales*, Paris, Karthala, 2011.

culturels parfois difficilement compris mais absorbés en l'état par les populations. Du coup, celles-ci se trouvent prises entre deux cultures économiques vécues comme antithétiques parce qu'elles subissent les forces contradictoires qui s'affrontent dans cette « urbanité économique » et son organisation spatiale.

Photographie n° 11 : Marché de Ndjolé (Moyen-Ogooué), sur la voirie conduisant dans le nord du Gabon



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographie n° 12 : Station Total jouxtant le marché de Ndjolé (Moyen-Ogooué)



Dans tous les espaces traversés du nord au sud, et du sud au centre-est, la même structuration urbaine s'est fait observer, avec les mêmes implications aux niveaux social, sociologique et anthropologique, aussi bien en termes d'organisation spatiale (géographique) et d'impacts dans la sociologie, qu'en termes de construction des identités et des imaginaires, de vivre-ensemble et de qualité de vie citoyenne. L'habitat, par exemple, exprime une idée de la « culture » du lieu d'habitation. Il traduit comment les citoyens le définissent et se perçoivent dans l'espace social. Cette idée est appropriée par la société toute entière par voie de mimétisme social ou anthropologique, ou par divers autres supports de diffusions d'informations en tête desquels la tradition orale. Cette structuration de l'espace devient ainsi un modèle d'expression culturelle

spontanée ou naturelle. Elle manifeste une perception de soi, et donc de l'espace anthropologique et sociale qui la transforme en langage, voire en expression culturelle ou civilisationnelle. C'est par ce biais que l'habiter qui n'est qu'un fait social et une expression anthropologique de la culture de l'espace humain se transforme en discours culturel à l'échelle de la société dans son ensemble. Dans ce sens, l'anthropologie de l'habiter, voire de l'économie dans l'urbanité contemporaine du Gabon devient alors un discours culturel, la manière dont un peuple, en l'occurrence celui du Gabon, et plus généralement toute civilisation, conçoit l'espace et les rapports qu'il ou elle établit avec lui et l'habitat. En un sens, c'est par ces détours que l'espace géographique et l'habitat, et plus généralement l'urbanité deviennent symboliques. Donc expressifs, communicationnels, dans la mesure où ce symbolisme nous parle de l'espace et de la manière dont les hommes expriment leurs rapports à la nature, à eux-mêmes et aux temps. *In fine*, le type d'urbanité développé dans les centres urbains gabonais est pertinent au plan de la communication sociale, politique et administrative puisqu'il nous révèle d'une part ce que l'administration ou les politiques auraient pu faire et n'ont pas (encore) fait, et d'autre part comment les populations s'auto-organisent pour vivre.

Gabon Télévision semble ne pas comprendre cette dimension de la culture gabonaise qui se réinvente au quotidien, mélangeant les imaginaires des sociétés traditionnelles avec ceux de la modernité occidentale apprivoisée à l'école, à l'université, dans la bibliothèque de l'Institut français au Gabon, dans les administrations, ou grâce à la télévision, etc. Ce mélange dynamique restructure les centres urbains gabonais toujours en perpétuels mouvements de recomposition. Il permet de comprendre comment des villes comme Ndjolé doivent répondre aux besoins ruraux des Gabonais, en même temps qu'aux besoins soutenus par son économie moderne. Gabon Télévision peut donc consacrer des programmes à de nombreux pans de l'urbanité gabonaise comme l'idée de la citoyenneté, de la modernité, de l'habitat ou aux centres urbains nationaux pour mettre les populations, les élites politiques, économiques et intellectuelles face aux miroirs de leurs réalités. Un média comme France 5 dont certains programmes diffusent des reportages sur « l'art de vivre », les maisons originales de France, précise l'habitat et/ou l'urbanité à la française. France 5, comme TF1 et France 2 qui diffusent des contenus analogues, ont bien compris la dimension culturelle affectée à l'espace et l'habiter français, qu'il importe qu'il soit rustique (dans les villages), touristiques (dans les TOM-

DOM) ou historique (la vie des cours aux siècles derniers). De ce point de vue, l'habitat comme l'espace demeure donc des lieux d'une histoire commune et collective, des lieux de mémoire. L'émission « La maison »²⁵⁷ programmée par France 5 s'articule autour des six rubriques que sont : « Décrypter » (enquête sur les nouvelles tendances dans l'habitat), « Inspirer » (Gros plan sur toutes les facettes de la décoration), « Choisir » (conseils d'achats à l'égard du téléspectateur), Rêver (visite des maisons à l'étranger), « Changer » et « Vos vidéos ». Le but manifeste de ce contenu est donc de promouvoir et encourager une certaine culture de l'habitat français, de fixer la mémoire des téléspectateurs sur la « French way of life », le style de vie à la française, comparativement à ceux d'autres Etats européens.

6.1.5. Diversité écologique, géographique et espaces de peuplement : concentration sur la capitale

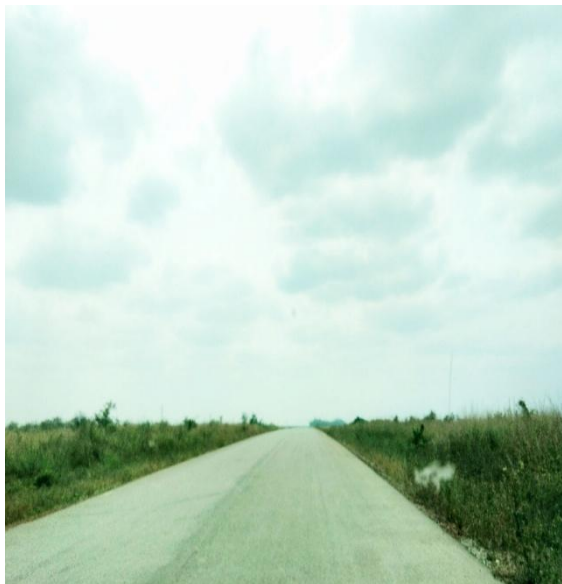
Localisé dans la zone intertropicale et divisé par l'Equateur en deux parties quasi symétriques, le Gabon dispose d'un climat à la fois humide, chaud et équatorial. Ce climat se subdivise en quatre saisons : deux saisons de pluie décalées d'octobre à décembre (petite saison de pluies) et de janvier à Mars (grande saison de pluies). Deux saisons sèches déterminent également le climat gabonais. D'avril à juin (petite saison sèche) et de juillet à septembre (grande saison sèche) le climat varie d'intensité en fonction des dominantes climatiques. Par exemples, en petites saisons, la pluie et la sécheresse sont intermittentes. Elles peuvent alterner et faire varier de façon non significative la pluviométrie. En grande saison, la pluie et la sécheresse sont dominantes. Elles se manifestent par des pluies diluviennes accompagnées d'orages dévastateurs ou par une absence totale de pluie qui se traduit par un assèchement brutal des plaines et des forêts.

Ici, les plaines de Nyali dans le sud du Gabon sont soumises à la « grande saison sèche », tandis que les forêts à l'orée de Fougamou et de Loubomo déploient leurs diversités végétales ainsi qu'une belle variété floristique des sols²⁵⁸.

²⁵⁷ Emission visualisable sur <https://youtu.be/DLQp4b91AoM>, retour en replay La Maison France 5 Cap sur Hyères-les-Palmiers, consultée le 22 juillet 2018. De ce point de vue, ce qui importe ici, c'est le principe de l'émission quant à l'inscription de l'habitat dans le patrimoine culturel français

²⁵⁸ Voir photographies 13, 14 et 15 pages suivantes.

Photographie n° 13 : La plaine de Nyali « éventrée » par la route nationale. Ici près de la frontière séparant les provinces de la Nyanga et de la Ngounié



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographie n° 14 : A la lisière de la plaine et de la forêt équatoriale, la voirie nationale se perd dans la nature. Ici à Fougamou dans la Ngounié.



Photographie n° 15 : Loubomo (dans la Nyanga), un village au cœur de la forêt équatoriale



Source : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Sur le plan hydrographique, le pays dispose d'un réseau de cinq principaux fleuves : l'*Ogooué* qui traverse cinq provinces (Ogooué-Maritime, le Moyen-Ogooué, l'Ogooué-Ivindo, l'Ogooué-Lolo et le Haut-Ogooué), la *Ngounié* et la *Nyanga* qui ont donné leurs noms aux deux provinces du sud. Dans le nord, le *Woleu* et le *Ntem* structurent un réseau hydrographique dont l'appellation a permis l'identification territoriale et administrative du septentrion gabonais.

Au total, le Gabon demeure un territoire « presque » vierge, les populations s'entassant dans les villes, le long de la voie économique distante de 17 243 kilomètres (dont 9 170 km sont goudronnés), ou sur le long de la voie ferrée estimée à 649 kilomètres (ici, le niveau d'occupation de l'espace territorial est résiduelle et non significative). Aussi, la densité de la population urbaine s'élève-t-elle à environ 90,7% à Libreville. Ce qui absorbe quasiment les 2/3 de cette population. D'après les données macroéconomiques de 2013, le PIB par habitant se situait à hauteur de 14 036 euros²⁵⁹. Autrement dit, Libreville joue un rôle central dans sa capacité à fédérer un ensemble de Gabonais originaires de toutes les autres provinces. Nous sommes donc en face d'une forme de centralité qui tient compte non seulement des aspects politico-économiques mais également démographiques et surtout culturels. En effet, depuis sa création après l'abolition de la traite négrière en 1849, Libreville est impactée par une forte concentration d'activités politiques, économiques, administratives, mais aussi par une importante croissance démographique. Elle comprend plusieurs quartiers : le Bord de mer avec ses aspects historiques, le Boulevard Triomphal, dont une émission diffusée par Gabon Télévision s'était appropriée le nom pour en faire un titre de programme, avec ses édifices socioculturels, etc. Tous les équipements administratifs, de commerce et de loisirs (Palais de l'Assemblée nationale et du Sénat, Institut Français, Galeries Mbolo (Casino), contribuent à accentuer la suprématie de Libreville sur les autres capitales provinciales du pays grâce à son attractivité économique, politique. La capitale provoque dès lors un exode rural massif. Mais elle a aussi développée une attractivité culturelle due à des infrastructures socioculturelles absentes à l'intérieur du pays, notamment les statues comme l'hermaphrodite de Maître Minko Mi Nze²⁶⁰ qui

²⁵⁹ Georice Berthin Madébé, « Les enjeux de la communication », introduction à *Les enjeux de la communication, op. cit.*

²⁶⁰ Marcellin Minko Mi Nze est un artiste gabonais de renom, figure de proue de l'art plastique gabonais et sculpteur.

symbolise la Libération de la ville par les esclaves libérés²⁶¹. Ces symboles mettent en relief le patrimoine culturel matériel dont parlait Rossatanga Rignault en première partie de ce travail (salles de cinéma, salles de spectacles, Bibliothèque et archives nationales, village artisanal et son exposition de masques gabonais de chaque province, bijoux et vêtements africains, sculpture à la Pierre de Mbigou²⁶² et aux différents bois de forêt gabonaise, etc.). Il ya aussi les lieux de cultes (cathédrales, Mbandja, etc.) qui offrent un rayonnement touristique à la capitale gabonaise aux yeux étrangers et autochtones venus de l'intérieur et de l'extérieur du pays. L'ensemble de ces données implique le fait que la télévision pourrait être un moyen pour les populations, surtout celles de l'arrière-pays d'y accéder, puisque cet ensemble structure toute cette culture urbaine moderne en net contraste avec les conceptions traditionnelles de la ville au Gabon. Différentes émissions de Gabon Télévision auraient pu construire l'identité nationale autour de pareils contenus culturels. En leurs lieux et places, ce sont des telenovelas brésiliennes, des dessins animés européens, voire des productions ouest-africaines qui contribuent à l'édification de l'identité nationale, le point de vue gabonais actuel n'existant nulle part à la télévision publique, si ce n'est dans des films de réalisateurs non professionnels soutenus par des opérateurs économiques et des politiques mécènes, mais aussi par l'Institut Français du Gabon ou des fonds d'investissements culturels coopératifs, etc.. Gabon Télévision ne les diffuse pas (ou le fait très rarement). Récemment, le média s'est ouvert à quelques-uns de ces réalisateurs. Cette expérience a donné à des « résultats mitigés ».

En outre, grâce à son climat, à son hydrographie, à ses forêts primaires, à ses plaines et à ses sols anciens, le Gabon dispose d'une rare biodiversité qui intéresse la recherche mondiale. En effet, de nombreux entomologistes viennent souvent y découvrir des espèces rares ou inconnues. Sur le plan archéologique, le pays détient un bassin de recherche qui a fait parler de lui récemment, notamment grâce à la découverte de traces

²⁶¹ Cette statue est située sur le wharf du palais présidentiel.

²⁶² La Pierre de Mbigou est l'une des matières les plus connues et les utilisées pour la sculpture au Gabon. Elle est extraite dans la ville éponyme située dans la province de la Ngounié, et notamment dans le département de la Boumi-Louetsi. Elle est sculptée par les ressortissants de ladite ville, mais aussi par les nombreux artisans installés à Libreville.

de vies les plus anciennes jamais découvertes²⁶³. Tous ces faits de culture donnent rarement lieu à des productions de contenus.

6.2. Une enquête en immersion au cœur du Gabon profond

Après ce bref aperçu sur le Gabon d'hier et d'aujourd'hui, nous en venons maintenant à l'enquête proprement dite. Cette enquête s'est construite autour de quatre étapes essentielles :

1. La collecte et la lecture de documents théoriques et de méthodologies d'enquête de terrain en général et en recherche en SIC en particulier ;
2. La formulation de la problématique, des hypothèses principales et d'hypothèses secondaires ;
3. La rédaction du questionnaire d'enquête ;
4. Et la pratique du terrain d'enquête au Gabon.

Si les deux premiers aspects de notre méthodologie ont déjà été développés dans la partie précédente, nous avons tenu, néanmoins, à les signaler et à les indiquer comme les deux étapes préjudiciables aux démarches nécessaires à l'acquisition de données scientifiques, à la production et à la maîtrise d'un contenu pertinent relatif de cette thèse. Et enfin, à sa rédaction. Ainsi, les concepts et les méthodologies antérieurement discutés pour positionner et orienter notre cadre de recherche et le sens de ses questionnements participent-ils de cette organisation générale. Nul besoin donc de revenir ici sur ces aspects liminaires, si ce n'est que pour développer les deux dernières préoccupations du cadre méthodologique de la recherche arrêté. Ainsi, nous intéresserons-nous seulement à la pratique du terrain, les problématiques liées à notre questionnaire étant traitées dans le prochain chapitre.

Notre enquête de terrain s'est déployée autour de deux phases. D'une part, pour un gain de temps et une meilleure organisation technique et tactique, d'autre part face à l'imminence des élections politiques du mois d'août 2016 et les problèmes de sécurité évidents qu'il fallait anticiper, elle a démarré le 13 juillet à quinze heures cinq, par notre

²⁶³ *Large colonial organisms with coordinated growth in oxygenated environments* 2.1 Gyr. El Albani A., Bengtson S., Canfield D.E., Bekker A., Macchiarelli R., Mazurier A., Hammarlund E., Boulvais P., Dupuy J.-J., Fontaine C., Fürsich F.T., Gauthier-Lafaye F., Janvier P., Javaux E., Ossa Ossa F., Pierson-Wickmann A.-C., Riboulleau A., Sardini P., Vachard D., Whitehouse M. & Meunier A. Nature. 1er Juillet 2010. <http://www2.cnrs.fr/presse/communique/1928.htm>, consulté le 19/10/2017.

départ de Libreville pour Tchibanga²⁶⁴, localité de début d'enquête proprement dit. Ainsi l'enquête de terrain a-t-elle effectivement commencé dans cette province du sud, le 14 juillet 2016 à quinze heures. Pour ce faire, nous avons constitué une équipe de trois enquêteurs²⁶⁵ qui ont été briefés sur ses objectifs, les comportements à adopter face aux enquêtés, le contenu du formulaire d'enquête et la méthodologie de transcription des données²⁶⁶. Cette première phase de notre enquête s'est soldée par des résultats positifs qui ont permis de planifier de façon plus cohérente un plan général d'enquête. Dès lors, nous avons décidé d'enquêter dans les quatre provinces retenues suivant une approche tenant compte à la fois des données géographiques, migratoires et démographiques. Les villes, villages et quartiers enquêtés devraient remplir trois critères : d'une part, être un espace-carrefour, une zone de converges migratoires ou frontalière, et d'autre part, avoir une population suffisamment dense et ethniquement métissée. C'est sur la base de ces critères discriminants que nous avons décidé d'enquêter dans les villages et villes de *Malounga, Loubomo, Mayumba* (ou *Bana*) dans l'extrême sud du Gabon et *Pegnoundou* (province de la *Nyanga*), de *Ndendé, Mouila* (quartier carrefour Ndendé), *Fougamou* et *Oyenano* (Province de la *Ngounié*), *Tchad, Lambaréné, Bifoun, Ndjolé* (Province du *Moyen-Ogooué*) ont été retenus. Tous ces centres urbains sont de tailles diverses en raison de leurs statuts administratifs. Certains sont des capitales provinciales au sein desquelles est isolée Libreville, capitale du Gabon. D'autres sont des villes/villages situés sur la voirie nationale. Parmi ces localités, nombre d'entre elles sont en effet métissées, du fait de leurs situations géographiques. Les localités de *Bifoun, Lambaréné, Oyenano, Mouila, Ndendé, Tchibanga, Bana* sont en effet des carrefours culturels situés sur l'unique voirie nationale du Gabon ralliant le nord (Libreville) au sud (Bana). Ces localités brassent diverses populations, non seulement en raison de leurs activités économiques modernes et traditionnelles, mais aussi en raison de leurs positions administratives. L'Etat gabonais affecte ses fonctionnaires de différentes origines ethniques pour y faire

²⁶⁴ Nous y sommes arrivés à 24 heures 44, après avoir franchi les villes-étapes de Kango, Bifoun, Lambaréné, Fougamou, Mouila, Ndendé et Pegnoundou.

²⁶⁵ Pour l'ensemble de l'enquête, il s'est agi de trois étudiants pour la province de la Nyanga, d'un instituteur pour la ville de Mouila dans la Ngounié, d'une infirmière pour la ville de Lambaréné et de deux étudiants pour Libreville la capitale. Tous des membres de la famille et des amis qui nous ont facilité l'accès aux différents lieux et personnes enquêtées.

²⁶⁶ Nous avons réédité cette procédure dans les trois autres provinces (Ngounié, Moyen-Ogooué et Estuaire).

fonctionner ses multiples services : gendarmerie, police, hôpitaux, écoles, etc., et en fonction des besoins administratifs d'intérêts généraux : tribunaux, trésor public, douanes, etc.

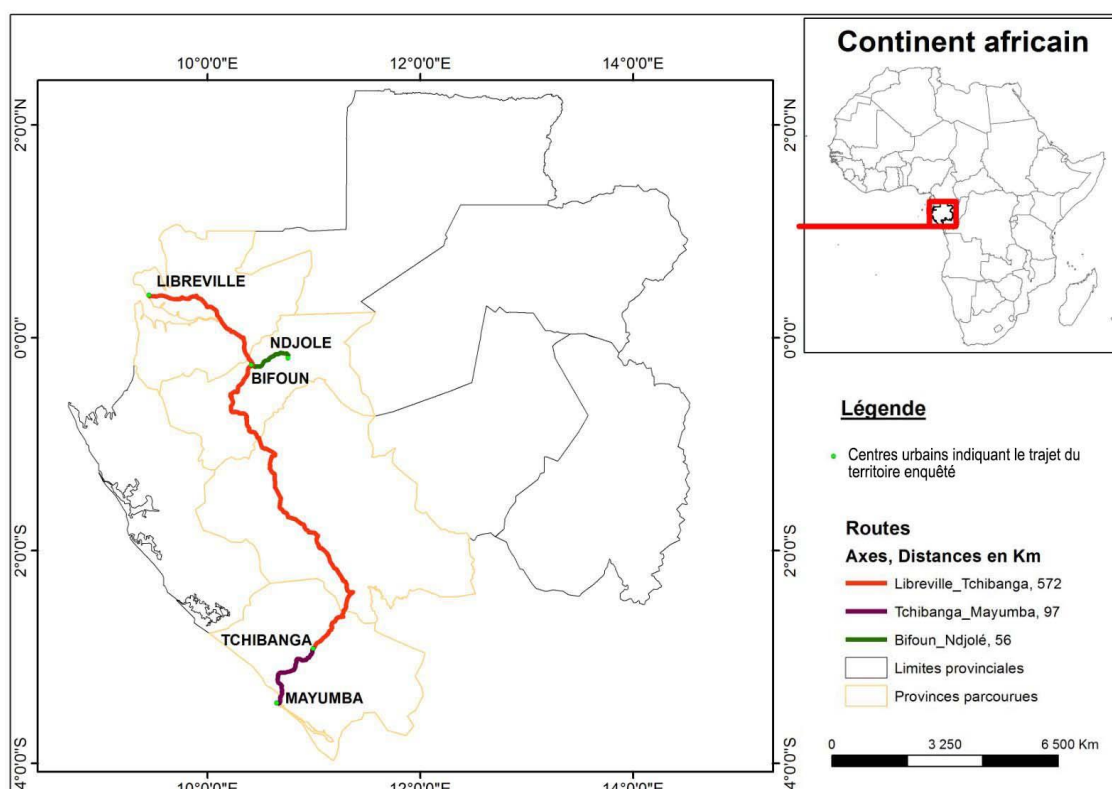
Nombre de ces localités retenues sont aussi des villages situés le long de la voirie nationale. Sa récente réfection dans la province de la Nyanga a provoqué sinon la disparition de nombreuses de ces localités dans cette partie sud du pays²⁶⁷, du moins elle a engendré des regroupements inédits de villages autrefois dispersés sur des kilomètres à la ronde. Ce sont les cas des villages de *Malounga* et de *Pegnoundou* au sud et au nord de la capitale administrative de la Nyanga : *Tchibanga*. Ces villages sont devenus des zones d'habitations conservant les mêmes caractéristiques générales de la ruralité au Gabon, mais avec des populations composites parfois contraintes administrativement à cohabiter dans ces « anciens-nouveaux espaces ». En effet, ce regroupement a été voulu par l'Etat gabonais qui a réuni de nombreuses petites localités rurales autour d'agglomérations plus denses pour ainsi créer des entités villageoises plus vastes. Voilà pourquoi l'actuel village de Pegnoundou compte pas moins de trois chefs de village. Le bourg est situé à quarante-cinq minutes de Tchibanga et à peu près autant de Ndendé, centre urbain le plus économiquement actif après Tchibanga. Dans sa situation, ce village est le seul à être encore traversé par une route latéritique lui donnant un paysage « martien ».

Dans la ville de Tchibanga, c'est aussi le même principe d'occupation de l'espace d'enquête qui a orienté l'arpentage du territoire administratif de la capitale provinciale de la Nyanga. Le Quartier *Moukenga* et ses alentours (quartiers *Bibora*, *Mougoutsi*, *Ingara*, *Ibanga*, etc.) constituent une grande aire géographique située autour du centre-ville de cette localité et au nord du quartier sud *Mavoundi* implanté de l'autre côté du fleuve Nyanga. A ce titre, cette vaste zone géographique est une zone tampon, espace par lequel sont obligés de transiter les habitants de la ville se rendant à l'aéroport « *Mikouélengui* » ou dans les quartiers environnants, au quartier sud, au centre-ville, ou encore dans les cités administratives (camps de police et de gendarmes) ou vers la « *place de l'indépendance* » que jouxte en hauteur l'ancien palais présidentiel d'Omar Bongo Ondimba.

²⁶⁷ Ce sont les cas des villages Oussoye (Dousseoussou), Difounda, Loubomo village, etc. Un grand nombre de centres urbains ruraux ce sont vu désertier et sont menacés de disparition faute d'activités économiques viables. Ce sont les exemples de Bilanga et Socoma, etc.

Enfin Libreville. La désignation des lieux d'enquête ont respecté les mêmes règles. Ainsi les quartiers de Bikélé (à l'entrée de la capitale), de Nzeng Ayong (le plus grand quartier de Libreville), d'Angondjé (le plus récent et le plus moderne) et d'Owendo (cité de Société Nationale Immobilière – SNI) ont été retenus. Toutes ces informations ont été transposées dans la carte n° 3. Sa caractéristique est de donner un aperçu visuel de notre espace d'enquête et des distances parcourues.

Carte n° 3 : Le territoire de l'enquête et les distances parcourues



Conception : Médard Obiang Ebanéga (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Réalisation :** Geldin D. Voubou (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Données de terrain :** Marina Matsanga Nziengué, Libreville, octobre 2017.

Traduit en données numériques notre itinéraire se présente à travers un kilométrage répertorié en fonction des centres urbains traversés²⁶⁸. Il inclut un chronogramme (temps départ et d'arrivée, le kilométrage initial étant celui du tableau de bord de notre véhicule au départ de Libreville). Soit le tableau ci-dessous :

²⁶⁸ Nous tenons à préciser ici que du nord au sud et du sud au centre-est nous avons parcouru 1 450 kilomètres (aller-retour), de jour comme de nuit, à la rencontre de différentes populations qui nous ont accueillie avec la plus grande bienveillance et la plus grande familiarité.

Tableau n° 25 : Estimation du temps et de la distance parcourue au cours de l'enquête de terrain

Villes	Dates	Chronométrage	Kilométrage	Distance parcourue
Libreville	13/07/2016	15h 05 mn	192 118 km	-
Bifoun	-	-	192 267 km	149 km
Lambaréné	-	18h 13 mn	192 337 km	219 km
Oyenano	-	19h 34 mn	192 421 km	303 km
Fougamou	-	19h 44 mn	192 430 km	312 km
Mouila	-	20h 44 mn	192 530 km	412 km
Ndendé	-	22h 44 mn	192 607 km	489 km
Pegnoundou	-	23h 47 mn	192 666 km	548 km
Tchibanga	-	24h 24 mn	1992 690 km	572 km
Total de la distance parcourue				572 km
Repos				
Tchibanga	15/07/2016	10h 12 mn	192 718 km	-
Malounga II	-	10h 36mn	192 756 km	38 km
Malounga I	-	11h 12mn	192 763 km	45 km
Loubomo	-	12h 33 mn	192 784 km	66 km
Bana	-	13h 50 mn	192 815 km	97 km
Total de la distance parcourue				97 km
Repos				
Bifoun	17/07/2016	20h05 mn	193 400 km	-
Ndjolé	-	21h 15 mn	193 456 km	56 km
Total de la distance parcourue				56 km
Totaux des distances parcourues en aller-retour				1 450 km

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Au cours de nos déplacements sur le terrain d'enquête, nous avons rencontré une diversité ethnique avec qui la communication s'est établie à travers deux langues : dans les localités « *punuphones* », il nous était aisé de parler la langue yponu, tandis que dans les localités « *fangophones* » ou « *myènophones* », la communication s'est engagée généralement en français. A Libreville, c'est également en français que la communication avec les populations s'est réalisée. Enfin, notre enquête de terrain a été une enquête en immersion. Nous voulions établir des contacts directs avec les populations dans le but d'avoir accès directement l'expression linguistique et corporelle des problèmes soulevés par la production et la diffusion des contenus télévisés culturels dans l'espace national. Les photographies ci-dessous donnent un aperçu de notre immersion au sein des populations enquêtées.

Photographie n° 16 : A Malounga II (Nyanga). Avec le chef de village et son adjoint



Sources : Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographie n° 17 : A Pegnoundou (Nyanga). Une rurale nous explique le fonctionnement administratif de ce village aggloméré



Photographie n° 18 : A Tchad II (Moyen-Ogooué). Avec le chef de village et ses habitants



Source : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

6.3. Gabon Télévision, un média du service public gabonais ?

Au final, notre enquête a été une expérience déterminante pour comprendre la réalité gabonaise de la télédiffusion. Elle a permis aussi de réaliser que dans nombre de localités visitées, les populations ne reçoivent plus leur télévision nationale par ondes hertziennes. En effet, « la télévision du président Léon Mba n'est plus ». La diffusion des contenus médiatiques télévisés par voies hertziennes en effet a pris fin. Le Gabon, comme de nombreux pays affiliés à l'Union Internationale des Télécommunication, devait passer à l'horizon 2015 au mode de diffusion TNT. En juillet 2017, Michel Ndong écrivit : « Prévue pour être effective dès juin 2015, la migration de la télévision analogique à la télévision numérique terrestre (TNT) reste attendue depuis deux ans, alors que les autorités n'ont cessé de renouveler leurs promesses au sujet de ce projet douteux et couteux »²⁶⁹. Le pays semble donc avoir mal géré la migration numérique malgré des investissements importants réalisés pour la rénovation de Gabon Télévision. Tout au long de notre enquête, de nombreuses populations qui regardaient la télévision nationale à l'intérieur du pays ont été catégoriques : le signal ne parvient plus depuis au moins cinq ans dans les villages les plus reculés du pays ainsi que dans de nombreuses localités urbaines devenues les « zones blanches » du service public de télévision. En effet, Gabon Télévision y reste inaccessible par la voie analogique et encore moins par la TNT. Avec les nouvelles contraintes technologiques de l'UIT et la transition numérique, ce phénomène s'est radicalisé. Cependant, le média public est désormais accessible *via* les bouquets numériques, entre autres, Canal + Afrique.

Dans de nombreux villages où nous nous sommes arrêtée pour besoin d'enquête (à commencer par Malounga II²⁷⁰), nous avons pu constater l'attachement des Gabonais au besoin d'être informés par leur chaîne de service public. Ce moment a souvent été un moment de débats et d'échanges entre les populations et nous-mêmes, comme l'attestent les photos ci-dessus prises à *Pegnoundou* et *Malounga II* (province de la *Nyanga*) et à Tchad II (province du *Moyen-Ogooué*).

A Libreville comme dans les villes et villages de l'intérieur du pays, les antennes paraboliques se sont démultipliées pour plusieurs raisons. La première est d'ordre politique. La seconde, d'ordre technique. Sur le plan politique, il semblerait que l'Etat

²⁶⁹ Michel Ndong, « Migration à la TNT : deux ans toujours rien », in *Gabonreview* du 18 juillet 2017.

²⁷⁰ Voir page précédente.

gabonais aurait définitivement fait le choix d'abandonner la transition vers la Télévision Terrestre Numérique au bénéfice d'une association avec Canal + pour le transport numérique des contenus télédiffusés par Gabon Télévision. A ce fait, en 2018, le ministre de la communication et son collègue chargé de l'imposition ont taxé d'un montant de 500 F Cfa (environ 0,73 euros) tous les abonnements à Canal + Afrique au Gabon. Sur le plan technique, les émissions sur ondes hertziennes sont devenues très dérisoires et limitées à quelques espaces, notamment des capitales provinciales. Quoiqu'il en soit, les populations nous ont manifesté un profond attachement aux médias nationaux, et principalement à leur télévision nationale, malgré la place de plus en plus importante prise les médias internationaux au Gabon²⁷¹. Cet attachement repose sur des diverses motivations que nous traiterons dans la troisième partie de cette thèse. Le reportage iconographique ci-dessous démontre l'ampleur de l'adoption par les populations gabonaises de la télévision et principalement, des bouquets numériques présents dans l'ensemble du territoire national²⁷².

Province de la Nyanga

²⁷¹ Des études qualitatives menées ces dernières années au Gabon attestent que, pour les cadres et les jeunes gabonais, la chaîne de télévision et la radio les plus suivies demeurent France 24 et RFI. Cf. Georice B. Madébé, *Les enjeux de la communication*, *op. cit.*

²⁷² Ce reportage iconographique reprend le déroulement de l'enquête de terrain à partir de Tchibanga, le 14 juillet 2016. Deux photos de chaque ville ou village enquêté vont illustrer cette iconographie de l'enquête (exception faite pour la ville de Ndendé). Signalons enfin que dans les villages de l'arrière-pays, l'électricité est fournie aux détenteurs de paraboles par des groupes électrogènes alimentés au gasoil.

Photographies n^{os} 19 & 20 : Tchibanga, quartier Moukenga



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 21 & 22 : A Malounga I, Rfi demeure le seul média d'accès à l'information. A Malounga II, des paraboles signalent la présence de la télévision

Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 23 & 24 : Bana, façade maritime de la province de la Nyanga, du côté de la frontière

du Gabon avec le Congo Brazzaville



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 25 & 26 : Pegnoundou, un village « martien » dans la Nyanga



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Province de la Ngounié

Photographie n° 27 : Ndendé, une ville-carrefour abonnée à la parabole



Source : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n°s 28 & 29 : Mouila, capitale provinciale de la Ngounié



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 30 & 31 : A Fougamou, la télévision câblée s’installe partout où elle est désirée



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 32 & 33 : Oyenano. Un besoin de télévision bien mis en évidence



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Province du Moyen-Ogooué

Photographies n^{os} 34 et 35 :

Tchad II. L'une des deux antennes paraboliques trouvées dans ce village allongé sur environ 1,5 km. Les populations y développent des activités artisanales associant commerce et production de biens culturels traditionnels prisés des populations. Ici des jeunes fabriquent des nattes destinées à la vente



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 36 & 37 : Dans la petite ville de Ndjolé, la parabole est omniprésente



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Photographies n^{os} 38 & 39 : Bifoun, ville-carrefour du Gabon. Entre modernité et traditions



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

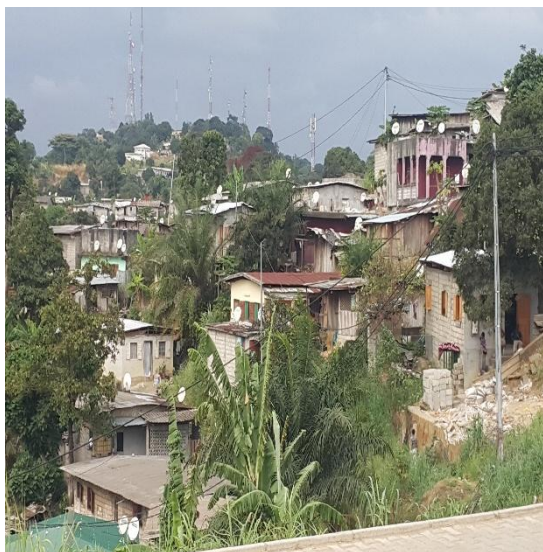
Province de l'Estuaire

Photographies n^{os} 40 & 41 : A Libreville, aux quartiers Owendo SNI et Akournam



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Reportage réalisé au Gabon du 16 juillet au 30 août 2016.

Photographies n^{os} 42 & 43 : Les quartiers PK 5 et Mindoubé II dans Libreville



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Reportage réalisé au Gabon du 16 juillet au 30 août 2016.

Arrivée au Gabon dans les années 1960, la télévision a été définitivement adoptée par les populations gabonaises qui l'ont emportée partout où elles ont pu se déplacer comme un compagnon de vie. Le sens de ce compagnonnage et des interactions qu'il implique vont maintenant faire l'objet d'études statistiques. Comprendre les mutations liées à la perception de la télévision en tant que média, et de Gabon Télévision en tant que chaîne du service public, est notre prochain objectif. Nous devons pouvoir arriver à saisir ces problématiques travers quelques données statistiques. Mais avant d'aboutir à l'analyse desdites données statistiques, il est judicieux d'évoquer les différentes méthodes qui seront mobilisées pour traiter nos données de terrain dans leur ensemble. Les techniques d'enquête pour analyser les publics de Gabon Télévision ont été diverses, car chaque cas de figure rencontré nécessitait une technique appropriée. En effet, l'objectif étant de collecter des informations précises, nous avons procédé aux observations directes des populations. C'était l'objectif de notre immersion qui a donné lieu à des conversations, entretiens individuels et collectifs et à l'administration des questionnaires. Pour ce faire, dans les chapitres qui suivent, nous allons procéder au dépouillement des enquêtes. Chaque province fera l'objet d'un chapitre de données statistiques. Ainsi pensons-nous mettre en relief les spécificités de chacune d'entre elles, en avoir une micro-vision nécessaire pour appréhender, entre autres, le poids du

découpage administratif du pays dans la perception des médias du service public, mais aussi si à partir de Gabon Télévision se dégagent des cultures de réception médiatique significatives. Avant de produire les statistiques générales de l'enquête de terrain, nous souhaitons d'abord décrire notre formulaire d'enquête afin de mettre en exergue les principes et objectifs qui ont dicté son élaboration. En fin de compte, nous exposerons les difficultés rencontrées au cours du renseignement de données ainsi que les stratégies mises en place pour les surmonter.

Pour introduire les chapitres affectés au dépouillement des données, il nous importe d'abord de décrire plus largement le formulaire d'enquête et sa logique interne, ainsi que d'exposer les méthodologies adoptées, aussi bien pour les questions relatives au corpus de l'enquête que pour dépouillement de données et le traitement des résultats acquis sur le terrain.

6.4. L'enquête : présupposés et stratégie de la recherche

Il semble nécessaire de décrire le cadre global de ce travail pour le positionner comme une continuité logique de notre mémoire de Master dédié à l'étude d'une émission « populaire » de Gabon Télévision : « Agora ». Dans cette perspective, une enquête de terrain avait été réalisée pour mesurer la réception de cette émission auprès des téléspectateurs de Gabon Télévision vivant à Libreville, et principalement dans le quartier de Nzeng Ayong.

Les résultats de cette enquête nous donnèrent une « proto-image » du public gabonais. Il nous a été difficile de nous en départir à l'occasion de la rédaction de la présente enquête. D'un côté, le public enquêté paraissait trop affecté par la gestion politique du pays, par des problèmes de vie privée, de l'autre côté, l'image du média semblait créer un certain « malaise social », à tel point que les réponses obtenues dans notre questionnaire d'époque se montraient parfois très incohérentes. Aussi, pour tirer avantage de cette première expérience, nous avons mis à profit ce questionnaire, en le rénovant autour des préoccupations actuelles. Notamment, nous sommes passée d'une vision conjoncturelle à une perception plus générale du problème posé par la production et la diffusion des contenus médiatiques, en nous concentrant sur les aspects culturels. Sur cette base, le questionnaire a repris quelques éléments centraux, dont l'identité des enquêtés, non seulement à travers des éléments d'Etat civil, mais aussi à travers une

identification des lieux d'habitation clairement établie et améliorée (Province/Ville/Quartier). En procédant ainsi, nous nous garantissons un classement objectif des données tel que cela se verra à partir du prochain chapitre. De même, contrairement à ce qui se passe dans de nombreuses enquêtes de terrain, nous avons voulu savoir ce que pensent réellement les enquêtés de Gabon Télévision. Aussi de nombreuses contraintes ont été introduites dans la formulation de la nôtre²⁷³. Dans cette perspective, nous avons installé de nombreux « filtres » pour nous assurer de la pertinence des réponses et de leur cohérence interne. C'est pour cette raison que notre enquête tient sur une page et demie²⁷⁴. De la même façon, nombre de questions pourraient paraître redondantes. Dans une perspective fonctionnaliste, leurs présences se justifient en dernière analyse par une recherche exhaustive d'informations de terrain pour une meilleure approche du sujet étudié.

6.4.1. Le terrain d'enquête : un espace historiquement lié et démographiquement homogène

Encore faut-il davantage justifier le choix de notre terrain d'enquête. Si nous avons choisi d'enquêter dans L'*Estuaire*, le *Moyen-Ogooué*, la *Ngounié* et la *Nyanga*, c'est que cela se comprend par divers arguments. Il y a l'argument le plus simple : l'argument pratique. Libreville est le point de convergence de tous les peuples du Gabon, la capitale et le poumon économique du pays. Lieu de brassage, de métissage, mais aussi espace de construction et de déconstruction des idéalités engendrées par la modernité pressante du Gabon comme nous l'avons développé précédemment en traitant des questions d'urbanité et de citadinité. Libreville est ainsi reliée aux huit autres provinces du pays par de vieilles routes coloniales réhabilitées, rénovées et parfois bitumées ; mais pour la plupart latéritiques et poussiéreuses.

Le second argument est d'ordre historique. En partant de Libreville vers le sud du Gabon, nous avons pris en voie inverse la route migratoire des peuples du sud partis du Congo et du Zaïre vers le Gabon au XV^e siècle, et qui y ont connu diverses autres migrations au XIX^e siècle à partir des nouveaux foyers de peuplement que furent la

²⁷³ Ainsi avons-nous les questions ouvertes de l'enquête de terrain en Master qui avait débouché sur un traitement complexe des données recueillies, plusieurs fiches étant par ailleurs inexploitables.

²⁷⁴ Cf. Tome II, annexes 20 et 21, p. 655-688 et 690 et suivantes.

Ngounié et Nyanga actuelles²⁷⁵. D'après l'ethnologue et anthropologue anglaise Mary H. Kingsley, Punus et Fangs venus du Cameroun se seraient rencontrés au cours de ce siècle à Fougamou²⁷⁶. De plus, c'est dans la ville de Bifoun, au centre du Gabon, que se situe le « carrefour imaginaire » des peuplades du Gabon. De ce lieu, on peut en effet rejoindre le nord pour atteindre le Woleu-Ntem *via* Ndjolé (dans le *Moyen-Ogooué*), ou le sud pour atteindre la *Ngounié* et la *Nyanga*, *provinces* limitrophes du Congo Brazzaville.

De plus, sur l'axe Libreville-Mayumba (de l'extrême nord-ouest à l'extrême sud), on retrouve ces deux principales populations : les populations fangs (*Estuaire, Moyen-Ogooué*) et les populations *Punus* (*Moyen-Ogooué, Ngounié, Nyanga*). Avec les autres, ces populations ont été disséminées dans le pays par voie d'affectations administratives ou pour les besoins des entreprises locales (forestiers, miniers, transporteurs, etc.). A ces deux grands groupes ethniques, s'ajoutent les populations autochtones du *Moyen-Ogooué* : les Myènè. Lambaréné, capitale de cette province est le lieu de rencontres diverses : économiques, culturelles, touristiques, etc. ; celles-ci étant transfigurées par l'image mythique d'Albert Schweitzer qui a donné son nom à un établissement hospitalier local et à son musée.

Le dernier argument est géographique et démographique. Les quatre provinces se présentent selon un linéaire routier qui borde la façade maritime, constituant un bloc géographique unifié par les activités économiques à l'intérieur du continent, à partir de la façade maritime. Historiquement, ce bloc, notamment les provinces du *Moyen-Ogooué*, de la *Ngounié* et de la *Nyanga*, constituait un espace culturel autour duquel s'étaient développées des activités socioéducatives (championnats inter-établissements, théâtre, échanges d'expériences scolaires et éducative, etc.) jusqu'à leur disparition définitive à partir des années 1990. En l'occurrence, c'est dans cette vaste étendue administrative que la capitale recrutait artistes et sportifs, etc., pour ses besoins économiques et politiques, voire culturels.

De plus, ces quatre provinces font partie des cinq provinces les plus peuplées du Gabon. En effet, l'Estuaire est la province la plus peuplée avec 895 689 habitants. Elle est donc

²⁷⁵ Monique Koumba Manfoumbi, *Les Punu du Gabon, des origines à 1899. Essai d'étude historique*, Thèse de doctorat de 3^e cycle, Tome 2, Université Paris I, Paris Sorbonne, 1989.

²⁷⁶ Mary H. Kingsley *Travels in West Africa*, London, Dover Publications Inc, 2003, (1897). Le titre en français : *Voyages en Afrique de l'ouest*.

la province du Gabon démographiquement la plus dense. Les provinces du Moyen-Ogooué, de la Ngounié et de la Nyanga sont respectivement 6^e, 5^e et 9^e avec respectivement des volumes de populations estimés à 69 287 habitants, 100 838 habitants et 52 854 habitants. Ces quatre provinces cumulent ainsi une population de 1 118 668 sur 1 811 079 habitants résidents au Gabon. Soit un pourcentage de 61,77%.

De façon générale, notre enquête s'est déroulée en trois phases. La première consistait à faire un tour préliminaire du Gabon. Puis les deuxième et troisième phases se sont déroulées à Libreville. La deuxième a permis de conclure l'enquête de terrain dans la province de l'Estuaire. Quant à la troisième, elle était exclusivement dédiée à des interviews et entretiens réalisés avec les acteurs médiatiques et personnalités publiques de toutes les provinces installées, pour des raisons administratives et politiques, à Libreville. Toutefois, cette dernière étape a commencé à Mouila (dans la province de la Ngounié) où un ambassadeur du Gabon aux Etats-Unis à la retraite nous a accordé la première des interviews avec les personnalités publiques.

En enquêtant dans ces quatre provinces, on s'est assuré d'être à peu près très proche de la réalité des liens tissés entre Gabon télévision et les divers publics gabonais. Au total, 520 fiches d'enquête ont été imprimées puis réparties en fonction de la densité démographique du terrain d'enquête.

6.4.2. Le formulaire d'enquête : organisation et logique interne

Indépendamment de ce qui a précédemment été dit, notre questionnaire a été rédigé pour répondre à la préoccupation initiale de cette thèse, à savoir : comment émetteurs et récepteurs de Gabon télévision perçoivent-ils la *culture* diffusée par ce média ?

Si le point de vue des émetteurs a été déjà abordé dans la première partie, dans celle-ci, c'est précisément l'opinion du récepteur qu'il s'agit d'observer. Cette observation s'est faite en tenant compte de deux paramètres : d'une part la réception du média, et d'autre part, la perception du travail journalistique. C'est pourquoi une partie du questionnaire est dédiée aux présentateurs d'émissions²⁷⁷. L'enquête de terrain a été pensée autour de quatre thèmes : l'*Identité*, les *Programmes culturels*, les *Présentateurs* et l'*Evolution de la chaîne*. Ces thèmes se partagent le questionnaire de la façon suivante :

²⁷⁷ Cf. Tome II, annexes 19, p. 651-653.

Tableau n° 26 : Répartition des questions et réponses du questionnaire par thème retenu

N°	Thèmes	Questions par thèmes	%	Réponses proposées	% ²⁷⁸
1	<i>Identité</i>	4	20%	9	14,76%
2	<i>Programmes culturels</i>	11	55%	36	59,02%
3	<i>Les présentateurs</i>	3	15%	8	13,11%
4	<i>Evolution de la chaîne</i>	2	10%	8	13,11%
Total		20	100%	61	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Comme le démontre ce tableau, les « programmes culturels » entre autres thèmes l'emportent avec des pourcentages de 55% et de 59,02% en ce qui concerne le volume de « questions posées » et celui des « réponses proposées ». En d'autres termes, ce tableau atteste qu'ils sont au cœur de l'enquête de terrain en tant que thème principal. Enfin, en ce qui concerne la structure interne de notre fiche d'enquête, il faut dire que les thèmes des questions posées ont été retenus en fonction de la problématique dominante, à savoir : la perception de la culture par les divers publics de Gabon télévision. Pour parvenir à la quantifier, nous avons recouru à la méthode d'échantillonnage dite « de raison ». Cette méthode a été décrite par Joseph Yao dans son ouvrage *Méthodes d'études et de recherches en sciences économiques et sociales. Avec applications au contexte de l'Afrique noire*. D'après cet auteur, dans « l'échantillon de raison, l'analyste cherche à être « raisonnable », en se contentant de tout nombre de cas, même non aléatoire, statistiquement significatif à étudier, qu'il peut réunir pour réaliser son étude. Seul le nombre de cas obtenu est important ici. Dans la mesure où les individus qui peuvent être qualifiés pour l'étude peuvent être difficiles à réunir »²⁷⁹. En partant de ce principe et au regard du poids démographique de l'Estuaire dans le pays, les fiches d'enquête ont été distribuées comme suit²⁸⁰.

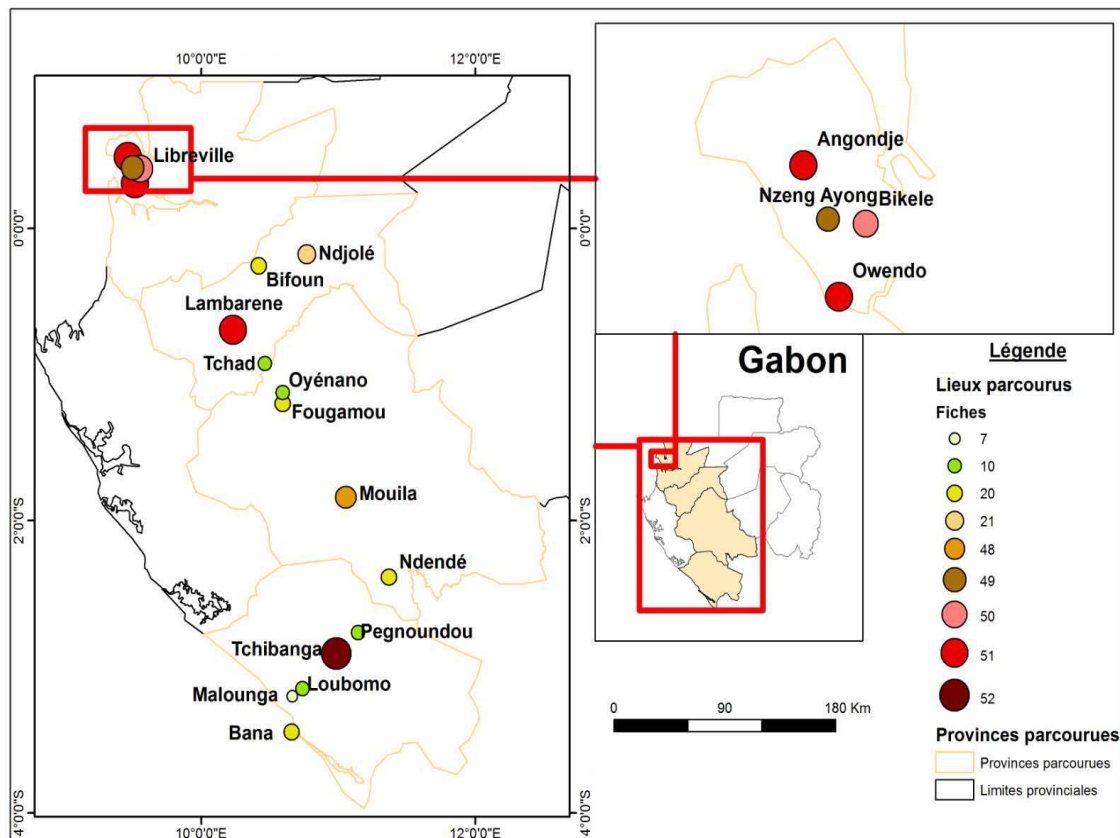
²⁷⁸ Nous avons arrondi cette statistique à la décimale supérieure pour obtenir un pourcentage de 100%.

²⁷⁹ Joseph Yao, *Méthodes d'études et de recherches en sciences économiques et sociales. Avec applications au contexte de l'Afrique noire*, L'Harmattan, Paris, 2005, p.178.

²⁸⁰ Voir pages suivantes.

La carte ci-après²⁸¹ fait la synthèse de la redistribution des fiches en fonction des espaces enquêtés. Pour ainsi dire, elle reprend à son compte la projection géographiques des localités enquêtées, permet de les visualiser en même temps qu'elle suggère les distances parcourues. Enfin, elle redéploie la statistique des fiches d'enquête en fonction de l'espace.

Carte n° 4 : Les localités, le parcours de l'enquête et les chiffres de l'enquête de terrain



Conception : Médard Obiang Ebanéga (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Réalisation :** Geldin D. Voubou (LAGRAC, Université Omar Bongo). **Données de terrain :** Marina Matsanga Nziengui, Libreville, octobre 2017.

²⁸¹ Voir page ci-après.

Tableau n° 27 : Statistiques des fiches d'enquête répartie par province²⁸²

Provinces	Capitales provinciales	Fiches par province	Pourcentages par province	Villes, Quartiers, villages enquêtés	Fiches par Villes, Quartier, Villages	Pourcentages
Nyanga	Tchibanga	105	20,19%	Tchibanga (Moukenga et les autres quartiers)	55	10,57%
				Malounga I & II	10	1,92%
				Loubomo	10	1,92%
				Bana	20	3,84%
				Penioundou	10	1,92%
Ngounié	Mouila	105	20,19%	Ndendé	20	3,84%
				Mouila (Carrefour Moussa et les autres quartiers)	55	10,57%
				Fougamou	20	3,84%
				Oyenano	10	1,92%
Moyen-Ogooué	Lambaréné	105	20,19%	Tchad I	10	1,92%
				Lambaréné (Carrefour Isaac et les autres quartiers)	55	10,57%
				Bifoun	20	3,84%
				Ndjolé	20	3,84%
Estuaire	Libreville	205	39,43%	Bikélé	51	9,80%
				Nzeng Ayong	52	10%
				Angondjé	51	9,80%
				Owendo (SNI)	51	9,80%
Total		520	100%		520	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

²⁸² Au niveau des pourcentages de fiches d'enquête réalisées par localité, la somme cumulée des pourcentages oscille entre 99,64 % et 100,2%, quand les décimales sont arrondies à l'unité supérieure. Nous avons préféré maintenir ces données estimées manuellement en l'état afin de tenir compte de cette difficulté. Signalons une fois encore que cette répartition ne repose sur aucune règle de « statistique nationale » éprouvée, si ce n'est qu'à la conception d'un « échantillon de raison », tel qu'entendu par Joseph Yao dans son ouvrage cité plus haut. Comme cela a été mentionné, cette répartition a tenu compte du poids démographique gabonais, en général, et en particulier du poids démographique des capitales provinciales.

Tableau n° 28 : Répartition des fiches d'enquête après rejet des formulaires mal renseignés

Provinces	Capitales provinciales	Fiches par province	Rejets par province	Décompte par province	Pourcentages par province	Villes, Quartiers, villages enquêtés	Fiches par Villes, Quartier, Villages	Pourcentages
Nyanga	Tchibanga	105	6	99	20,19%	Tchibanga (Moukenga et les autres quartiers)	52	10,40%
						Malounga I & II	10	2%
						Loubomo	7	1,40%
						Bana	20	4%
						Penioundou	10	2%
Ngounié	Mouila	105	7	98	20,19%	Ndendé	20	4%
						Mouila (Carrefour Moussa et les autres quartiers)	48	9,60%
						Fougamou	20	4%
						Oyenano	10	2%
Moyen-Ogooué	Lambaréné	105	3	102	20,19%	Tchad I	10	2%
						Lambaréné (Carrefour Isaac et les autres quartiers)	51	10,20%
						Bifoun	20	4%
						Ndjolé	21	4,20%
Estuaire	Libreville	205	4	201	39,43%	Bikélé	50	10%
						Nzeng Ayong	49	9,80%
						Angondjé	51	10,20%
						Owendo (SNI)	51	10,20%
Total		520	20	500	100%		500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Toutes les questions de cette enquête ont été fermées. Les enquêtés ont eu deux types de réponse à fournir : soit ils répondaient par « oui »/ « non », soit ils choisissaient au sein d'une série d'items les réponses qui leur étaient suggérées. Par exemple, à la question : « *Regardez-vous Gabon Télévision* », ils devaient pouvoir choisir une réponse entre : « *Toujours* », « *Souvent* », « *Parfois* » et « *Jamais* ». Toutefois, une réponse ouverte a été insérée dans le questionnaire. Il s'agit de la septième question du thème 2 : « *Programmes culturels* ». Il a été question de savoir si les enquêtés étaient capables de citer de mémoire trois émissions culturelles suivies régulièrement à Gabon télévision.

La structuration thématique et celle des questions, comme nous l'avons déjà dit précédemment, ont été pensées autour d'une certaine ligne de cohérence interne. D'abord, il a fallu savoir l'identité de l'enquêté (âge, lieu d'habitation, profession ou niveau de compétence critique). Ensuite, il s'est agi de connaître ses liens avec la télévision nationale *via* un ensemble de variables (temps passé devant la télévision, réception de la télévision nationale en termes de capacité technique, niveau de fidélité à Gabon Télévision, etc.). L'aspect le plus pertinent de l'enquête, le thème « Programmes culturels », est lié à la perception des contenus médiatiques de Gabon Télévision. Aussi avons-nous mis en place trois variables. La première est les « programmes préférés » des populations enquêtées. La seconde consiste à voir si celles-ci étaient capables de citer trois émissions préférées en rapport avec la variable précédente. Enfin, la dernière variable dépendant des deux premières est liée aux contenus des émissions culturelles. *In fine*, notre approche a donc été (et en fonction de ce que nous savions déjà d'elle) d'amener la population enquêtée à définir indirectement (entre les lignes) et directement ce qu'elle entend par *culture* (émission culturelle). Par ce moyen nous nous sommes assurée de croiser les deux niveaux d'information ainsi dégagés afin de vérifier la pertinence des réponses, mais aussi d'y lire la nature des rapports entre Gabon Télévision et ses publics.

Le thème relatif aux présentateurs participe un peu de la même logique, à savoir : apprécier l'esprit critique de l'enquêté. On s'est ainsi donné pour tâche de mesurer son niveau de connaissances de la télévision, d'une part, et d'autre part, des compétences professionnelles en termes de pratiques journalistiques et de compétences techniques (organisation et conduite des émissions, qualité de diffusion, etc.). Cette variable étant fondée sur la construction de l'empathie et de l'intersubjectivité média/récepteur, nous

avons voulu, à travers elle, comprendre les raisons de l'affection ou de la désaffection du téléspectateur enquêté de la première chaîne du service public national gabonais.

Enfin, le dernier thème est celui de l'évolution historique de cette chaîne télévision. Ici se met en exergue la pertinence de notre identification par classe d'âge à partir des années 1960, années de l'introduction de la télévision analogique au Gabon (1963). Dans ce thème, deux variables ont été retenues : d'une part, la durée qui peut justifier la compétence critique, du moins sur le plan empirique, dans l'espace et dans le temps ; et d'autre part, la qualité des contenus médiatiques qui n'est ni plus ni moins la traduction dans les faits de l'évolution historiques en termes de contenus culturels, de pratiques professionnelles, de créativité, de fidélisation, etc.

6.4.3. Formulaire d'enquête et communication

Du point de vue de la communication, nous avons voulu adopter un langage simple et accessible à tous les enquêtés. En même temps, comme il s'agit d'une étude portant sur des relations d'empathie ou d'intersubjectivité entre Gabon Télévision et son public, il nous a semblé nécessaire de nous inscrire dans une approche qualitative pour mieux appréhender les liens qui se tissent entre émetteur et récepteur. Dans cette perspective, nous avons introduit de nombreux quantificateurs : « Toujours », « Souvent », « Parfois », « Jamais » ; « Moins de... », « Plus de ... » ; « Attrayants », « Ordinaires », « Ennuyeux » ; « Avant », « Aujourd'hui ». Ces quantificateurs ont l'avantage de nous orienter vers le type de relations affectives entre média et téléspectateurs à travers des indicateurs « phoriques ». Concrètement, des indicateurs euphoriques comme « Toujours » ou des indicateurs dysphoriques²⁸³ comme « Souvent », « Parfois » ou « Jamais » indiqueront le type de relations qui s'est noué au fil du temps entre émetteur et récepteurs. De plus, ces quantificateurs phoriques peuvent clairement nous dire le volume d'intensité avec lequel ces relations se développent ou se nouent. En orientant

²⁸³ Nous nous sommes inspirée des concepts utilisés en sciences de gestion, notamment de la notion d'« évaluation de la satisfaction des usagers » telle que formulée par Aurélien Ragainne. Cette notion est très convoquée lorsqu'il s'agit d'analyser les politiques publiques d'une part sous l'angle d'une opinion et d'un jugement de valeur, et d'autre part, sous l'angle des techniques d'identification de l'efficacité publique par les citoyens. Ainsi, y a-t-il les indicateurs de qualité, d'actualité, de pertinence, d'intelligibilité, d'exactitude, de cohérence et d'accessibilité. Dans notre cas il s'est agi de recueillir les jugements des citoyens sur la télévision de service public, car l'évaluation n'est pas le fait exclusif des dispositifs politiques. En définitif, les indicateurs utilisés sont le fruit de notre propre réflexion dans le but d'obtenir des réponses fiables et précises. Aurélien Ragainne est chercheur en sciences de gestion à l'université de Poitiers.

de cette façon la logique interne de notre formulaire d'enquête, nous pensons pouvoir échapper aux difficultés techniques susceptibles d'être engendrées par une enquête ouverte destinée à appréhender les relations que les téléspectateurs enquêtés ont avec Gabon Télévision. Une fois de plus, cela en connaissance de la psychologie de la population gabonaise et son rapport aux enquêtes de terrain.

Le renseignement des données s'est déroulé du 12 au 19 juillet 2017. Nous avons utilisé le logiciel *Lime Survey* dont l'usage nous a paru très facile d'accès. Le logiciel a généré de façon automatique les graphiques (« histogrammes » et « camemberts ») permettant de visualiser en trois dimensions les données statistiques obtenues. Ainsi cet outil nous a-t-il permis de renseigner les données acquises sur le terrain en respectant la logique du déroulement de l'enquête. Nous avons donc commencé par renseigner la province de la Nyanga, puis sont intervenus les renseignements des provinces de la Ngounié, du Moyen-Ogooué et de l'Estuaire.

6.4.4. Le renseignement des données et ses difficultés méthodologiques et techniques

Au cours du renseignement des données, nous avons fait face à un problème imprévu pendant l'enquête et qui a eu des répercussions sur le traitement des données. Dans l'idéal, nous espérions que les populations enquêtées répondraient toutes aux 20 questions de notre enquête. Dans les faits, seulement 356 d'entre elles ont pu combler ce vœu. En conséquence, 144 autres enquêtés n'y ont répondu que partiellement. Concrètement, dès lors qu'elles affirmaient ne pas « avoir un poste téléviseur chez elles », l'enquête prenait fin. Il y a eu par ailleurs deux autres cas de figure. Soit l'enquêté avait un poste téléviseur mais ne suivait jamais Gabon Télévision ; soit il avait un poste téléviseur et regardait, selon les cas, « toujours », « parfois » voire « souvent » Gabon Télévision, mais ne s'accordait aucun temps pour regarder une émission culturelle de ladite chaîne publique. Dès lors, le nombre de questions restées sans réponse dans chacun des quatre thèmes traités s'est avéré du coup assez élevé pour mériter notre attention particulière, ces questions n'étant répondues que de façon subsidiaire ou lacunaire.

Quoiqu'il en soit, nous nous sommes trouvée face à une difficulté liée au paramétrage du logiciel. Dès l'entame du renseignement des données, le logiciel *Lime Survey* a été

paramétré pour avoir des réponses obligatoires²⁸⁴. Autrement dit, ce sont toutes les 20 questions de l'enquête dont les réponses devaient être renseignées. Pour surmonter le rejet des fiches partiellement renseignées, nous avons opté pour un déplacement du point de vue des problématiques ayant conduit à la rédaction du formulaire d'enquête. Etant donné que l'objectif de cette dernière était concentré dans les 55% de questions et 59,02% des réponses rattachées au thème « programmes culturels », nous avons de ce fait considéré comme significative le fait que les réponses et les non-réponses de la question « captez-vous et regardez-vous Gabon Télévision » comme pertinentes et significatives. Quelle qu'aient été leur nature, verbale ou somatique, nous avons décidé de les introduire dans la base des données renseignées, sachant que le refus d'y répondre était suppléé par un discours corporel, des commentaires de rejet, le tout souvent accompagné de justification récriminant Gabon Télévision. Sur cette base, nous avons maintenu « obligatoires » les quatre réponses du thème *Identité*, rendues « facultatives » les 16 autres des thèmes : « Programmes culturels », « Présentateurs » et « Evolution de la chaîne »²⁸⁵. Cette disposition nous a ainsi permis de récupérer un grand nombre de formulaires qui aurait pu être rejetés (automatiquement par le logiciel), notamment les formulaires renseignés à Libreville dans la ville d'Akanda qui s'est montré la plus hostile à la télévision nationale.

6.4.5. Des difficultés rencontrées au cours du dépouillement des données

Pour distinguer les sources des données et s'assurer une meilleure intelligence des statistiques obtenues, ce nouveau groupement de réponses a été divisé en deux catégories de données renseignées. La première catégorie a été désignée « Réponses complètes ». Comme sa désignation l'indique, elle concerne les fiches qui ont été pleinement renseignées. La seconde a pour appellation « Réponses partielles ». Cette appellation est due au renseignement « partiel » des données qui a introduit « après coup » le caractère facultatif des réponses à renseigner dans notre base de données.

²⁸⁴ Des exemples des résultats générés par le logiciel *Lime Survey* sont en annexe 22, tome II, p. 716-726.

²⁸⁵ Comme nous l'avons déjà précisé plus haut, les présentes données sont les données globales de l'enquête de terrain. Cependant, au regard de la méthodologie de renseignement adoptée, qui a consisté de renseigner les données province par province, nous disposons également des statistiques par découpage administratif. Ceux-ci sont disponibles en annexes. Dans la troisième partie consacrée à la « sociologie » de la réception de Gabon Télévision, leur analyse nous permettra de voir s'il existe de différence de perception par province enquêtée. Pour le moment, nous nous contentons de donner les résultats statistiques globaux de l'enquête.

Grâce à cette nouvelle organisation des données statistiques, nous obtenons les résultats suivants exposés ci-dessous sous forme de tableaux.

Tableau n° 29 : Décompte des réponses complètes

N°	Réponse	Décompte	Pourcentage
1	Nyanga	64	17.98%
2	Ngounié	67	18.82%
3	Moyen-Ogooué	76	21.35%
4	Estuaire	149	41.85%
Total		356	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Dans ce premier décompte, on observe que les statistiques recueillies dans les quatre provinces ne sont pas conformes aux données de départ, aussi bien en termes de décompte qu'en termes de pourcentages. D'où la correction nécessaire apportée par le traitement des 144 autres fiches partiellement renseignées, mais dont les réponses restent pertinentes du point de vue des objectifs de l'enquête. Soit le tableau ci-dessous :

Tableau n° 30 : Décompte des réponses partielles

N°	Provinces	Décompte	Pourcentage
1	Nyanga	35	24.31%
2	Ngounié	31	21.53%
3	Moyen-Ogooué	26	18.06%
4	Estuaire	52	36.11%
Total		144	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Suite à la récupération des données statistiques des personnes enquêtées n'ayant pas de télévision, et donc ne « regardant » pas Gabon Télévision, de celles qui la « regardent » « Toujours », « Parfois », « Souvent » sans en suivre les « émissions culturelles », et de celles qui ne la « regardent jamais » bien qu'ayant le bouquet Canal + Afrique ou le bouquet Satcon, notre réajustement donne un résultat d'ensemble plus cohérent. En effet, les chiffres cumulés des deux tableaux indiquent désormais un total d'enquêtés plus conforme à la réalité de l'enquête, soit 500 personnes réparties de la manière suivante : province de la Nyanga : 19, 8% ; province de la Ngounié : 19,6% ; province du Moyen-Ogooué : 20,4% et province de l'Estuaire : 40,20%. Ainsi, par rapport aux données de départ, les provinces de la Nyanga et de la Ngounié ont vu leurs pourcentages de populations enquêtées se réduire de 0,39% et de 0,59%. Quant aux

provinces du Moyen-Ogooué et de l'Estuaire, leurs pourcentages respectifs se sont accrus de 0,21% et de 0,77%, sachant que ce « rééquilibrage » est provoqué par une perte non significative de fiches d'enquête totalement mal renseignées, et par conséquent, totalement inexploitables²⁸⁶.

En ce qui concerne la structuration de la cohérence entre données statistiques et représentations visuelles, il faudrait préciser le logiciel que *Lime Survey* nous propose des graphiques de façon automatique. En ce qui concerne les histogrammes, nous avons là aussi réajusté leurs présentations visuelles définitives. En outre, dans le groupe statistique des « Réponses complètes », *Lime Survey* générait systématiquement une réponse étrangère à notre formulaire de questions. C'est la suivante : « Sans réponse »²⁸⁷ (SRS que nous appellerons « Non défini »)²⁸⁸. Etant donné que dans cette catégorie toutes les réponses étaient « obligatoires », cette notification s'avère donc incongrue ou superfétatoire. De plus, sur toutes les 356 fiches traitées dans cette catégorie, toutes les « Sans réponse » sont affectées d'une valeur nulle. De deux choses l'une, soit en paramétrant le logiciel nous n'avons pas prêté attention à ce fait, soit le logiciel le génère systématiquement bien que l'on ait activé l'onglet « Obligatoire » rattaché à l'onglet « Réponse ». Mais cette hypothèse peut être rapidement réfutée. En effet, dans les « diagrammes » proposés par le logiciel, l'item « Sans réponse » n'est pas pris en compte. De même, cet item apparaît dans la seconde catégorie des réponses où effectivement nombre d'elles ont été rendues « facultatives ». Nous concluons donc que ce problème relève du paramétrage du logiciel et reste indépendant de nos manipulations. Toujours est-il que dans les histogrammes proposés, nous avons retiré tous les « Sans réponses » proposés par *Lime Survey* étant donné que leurs valeurs ont toujours été constantes : c'est-à-dire nulles. Ce logiciel affectait aux histogrammes une couleur d'identification. Dans les faits, celle-ci ne renvoyait à aucune donnée statistique dans les légendes proposées. On suppose aussi que cette opération réalisée par *Lime Survey* est inhérente à son fonctionnement. Dans tous les cas, cet ajustement ne modifie

²⁸⁶ Des exemples de ces fiches d'enquête seront disponibles en annexes. Cf. Tome II, annexes 20 et 21.

²⁸⁷ Cf. Tome II, annexes 22, p. 722-732.

²⁸⁸ Il faut dire ici qu'un nombre d'ajustements de ce type ont été portés dans notre travail, souvent pour des besoins de la clarté de lecture et de cohérence. Par exemple, dans le formulaire nous proposons de répondre « Oui », « Non » ou « Jamais », à la question : « Les présentateurs sont-ils à la hauteur des émissions qu'ils présentent ? ». Dans cette thèse, « Oui » et « Non » ont remplacés par « Satisfaits » et « Non satisfait ». Dans l'ensemble, ces modifications n'altèrent en rien le contenu de notre formulaire d'enquête ni les statistiques obtenues. Au contraire, elles nous ont permis de mieux structurer les interprétations.

ni les données ni les résultats de l'enquête, et encore moins les interprétations qui ont été faites. Le seul problème qu'il pose est simplement lié à l'homogénéité structurelle entre les questions posées de notre formulaire et les réponses rendues par ce logiciel. En ce qui concerne les résultats obtenus des données « partiellement renseignées » où ces problèmes de convergence de résultats entre renseignement de données et résultats générés n'existent pas, nous avons laissé ces derniers comme tels. En effet, pour ce groupe de fiches, l'offre statistique dispose bien d'enquêtés ayant refusé de répondre à nombre de questions.

Dans le chapitre qui suit, nous nous proposons d'exposer l'ensemble des résultats de l'enquête de terrain. Ceux-ci concerneront donc les données recueillies dans les quatre provinces enquêtées. Pour éliminer toute confusion de lecture susceptible d'être occasionnée par les problèmes techniques rencontrés dans la phase dépouillement et ci-dessus évoqués, nous avons pris la décision radicale de transformer les graphiques générés par *Lime Survey* en graphiques de tableur Excel. D'une part, cette disposition conduira effectivement à une meilleure lecture des données statistiques exploitées, les propositions confondantes de *Lime Survey* étant éliminées. D'autre part, ce procédé présente l'avantage de garder une cohérence de l'iconographie statistique proposée dans l'ensemble de notre thèse.

Chapitre VII.

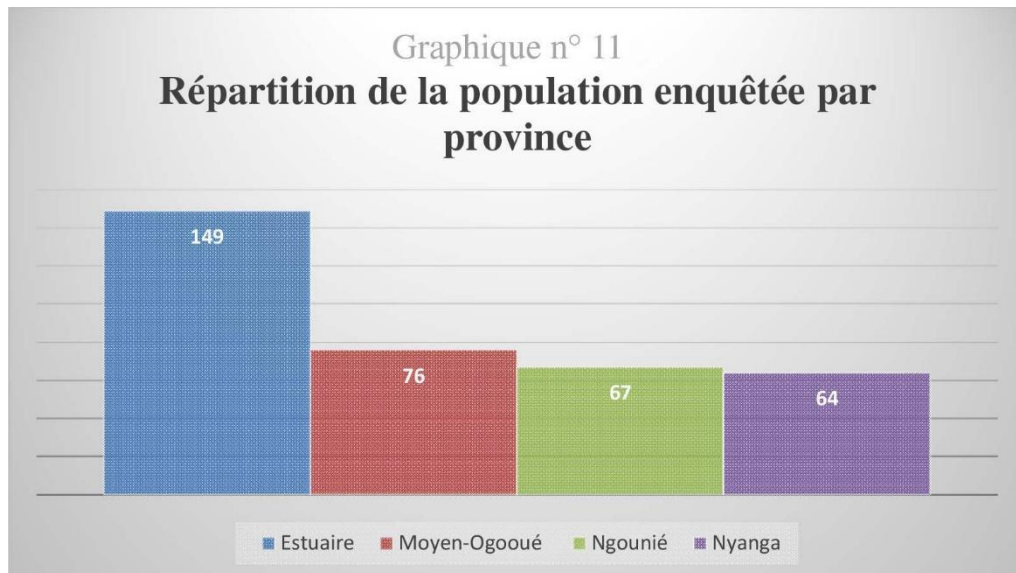
Les Gabonais face à Gabon Télévision : résultats globaux de l'enquête

Comme annoncé dans le chapitre précédent, celui-ci est consacré à l'exposition des données statistiques globales acquises sur le terrain. Nous ferons trois fois la présentation des principaux résultats. Une première partie de ce chapitre sera consacrée aux données issues du renseignement complet des fiches d'enquête. La seconde sera dédiée aux statistiques des fiches renseignées partiellement. Et la troisième fera la synthèse statistique de toutes les fiches renseignées. L'exposition des données respectera l'organisation thématique de notre formulaire d'enquête. Par conséquent, elle se déploiera en fonction de ses quatre thèmes majeurs : « Identité », « Programmes culturels », « Présentateurs » et « Evolution de la chaîne ».

7.1. Les données statistiques des fiches complètement renseignées

On dénombre 356 formulaires d'enquête complètement renseignés dans l'ensemble des quatre provinces. Pour ce qui concerne la répartition par province, les statistiques

globales ont déjà été présentées dans le chapitre précédent. Nous en redonnons les valeurs ici seulement à travers l'histogramme ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

En ce qui concerne les fiches complètement renseignées, les statistiques se présentent comme suit, par ordre décroissant : Estuaire : 149 sur 205 personnes ayant répondu correctement au formulaire d'enquête ; Moyen-Ogooué, 76 sur 105 ; Ngounié, 67 sur 105 et Nyanga, 64 sur 105. Soit 356 sur 500 personnes enquêtées dans les quatre provinces. Ce qui donne un pourcentage global de 68,46% de formulaires complètement renseignés.

7.1.1. L'identification des enquêtés

Elle se fait d'après les variables de sexe, d'âge et de lieu. Si la variable d'identification des personnes enquêtées par lieu d'habitation vient d'être traitée, il nous reste encore celles de sexe et d'âge. Sur 356 individus, 136 sont des femmes et 220 des hommes. Le tableau ci-dessous représente ces données ainsi que les pourcentages afférant à ce corpus :

Tableau n° 31 : Identification des enquêtés par sexe

Sexe	Décompte	Pourcentage
Féminin	136	38.20%
Masculin	220	61.80%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ce tableau, 61,80% de personnes ayant donné des réponses à la totalité du formulaire sont des hommes, et 38,20% sont des femmes.

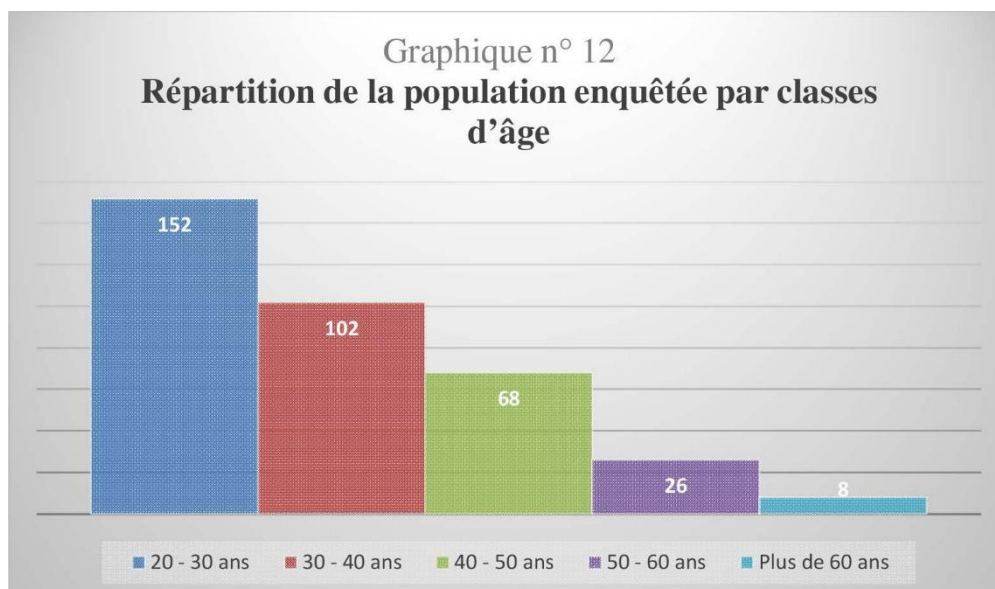
Au niveau du corpus d'âge des populations interrogées aux fins de l'enquête, on est remonté jusqu'aux années 1950 pour y faire participer des personnes de plus de 60 ans. Dans le sens inverse, c'est à partir des années 1990, et plus précisément en 1996 que devraient être nés les plus jeunes enquêtés. Au total, nous obtenons cinq génération de personnes ayant participé à l'enquête de terrain : 20–30 ans ; 30–40 ans ; 40–50 ans ; 50–60 ans et plus de 60 ans. Le tableau suivant rend compte de leur distribution statistique :

Tableau n° 32 : Identification des enquêtés par tranches d'âge

Réponse	Décompte	Pourcentage
20 - 30 ans	152	42.70%
30 - 40 ans	102	28.65%
40 - 50 ans	68	19.10%
50 - 60 ans	26	7.30%
Plus de 60 ans	8	2.25%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Dans ce panier de données recueillies, les 20–30 ans ont d'avantage été sollicités avec 42,70% de personnes dans le corpus d'enquêtés. Puis viennent les 30–40 ans avec 28,65% ; 40–50 ans avec 19,10%. Quant aux 50–60 ans et les plus de 60, ils réalisent un pourcentage de 9,55%. L'histogramme ci-dessous redéploie cette répartition en termes visuels.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Cet histogramme met en évidence la structure classique de la pyramide d'âge de la population gabonaise. Ici comme dans plusieurs statistiques relatives à celle-ci, les jeunes sont plus nombreux que les personnes les plus âgées. Ils constituent une population d'enquêtés évaluée à 71,35% du corpus.

7.1.2. Les programmes culturels et les enquêtés

Ce thème d'enquête est doté de trois centres d'intérêt. D'une part, comme cela a été précisé plus haut, il s'est d'abord agi de savoir si les populations enquêtées disposaient d'un téléviseur. Ensuite, il a été question de quantifier le temps passé par les enquêtés devant la télévision quand la réponse à la question précédente était positive. Enfin, le problème des contenus médiatiques culturels a été traité.

A la question « *Avez-vous un poste téléviseur chez vous ?* », voici les résultats de l'enquête :

Tableau n° 33 : Identification des enquêtés ayant un poste téléviseur

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	348	97.75%
Non	8	2.25%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur 356 personnes, seulement 8 d'entre elles disent ne pas posséder un poste téléviseur. Ceci représente un pourcentage de 2,25% de l'ensemble de la population enquêtée dans la Nyanga, la Ngounié, le Moyen-Ogooué et l'Estuaire. La télévision est devenue un objet de consommation commun entrée dans les usages.

Pour savoir combien de personnes recevaient la télévision par voie numérique (afin de voir si Gabon Télévision était toujours captée par ondes hertziennes), nous avons inséré la question suivante : « *Possédez-vous un abonnement Canal + Afrique ou Satcon ?* ». Les données statistiques recueillies donnent les réponses du tableau ci-dessous :

Tableau n° 34 : Identification des enquêtés en fonction de la réception du canal de réception (analogique ou numérique)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	320	89.89%
Non	36	10.11%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur 356 personnes, seules 36 d'entre elles continuent de capter Gabon Télévision par voie analogique. Mais la plus grande partie de la population enquêtée est dotée d'un téléviseur et regarde Gabon Télévision au moyen des bouquets numériques.

La question « *Combien de temps consacrez-vous en moyenne à la télévision ?* » a été posée pour mesurer l'assiduité des téléspectateurs devant leur(s) poste(s) de télévision. Les réponses à cette préoccupation sont disposées dans le tableau ci-après.

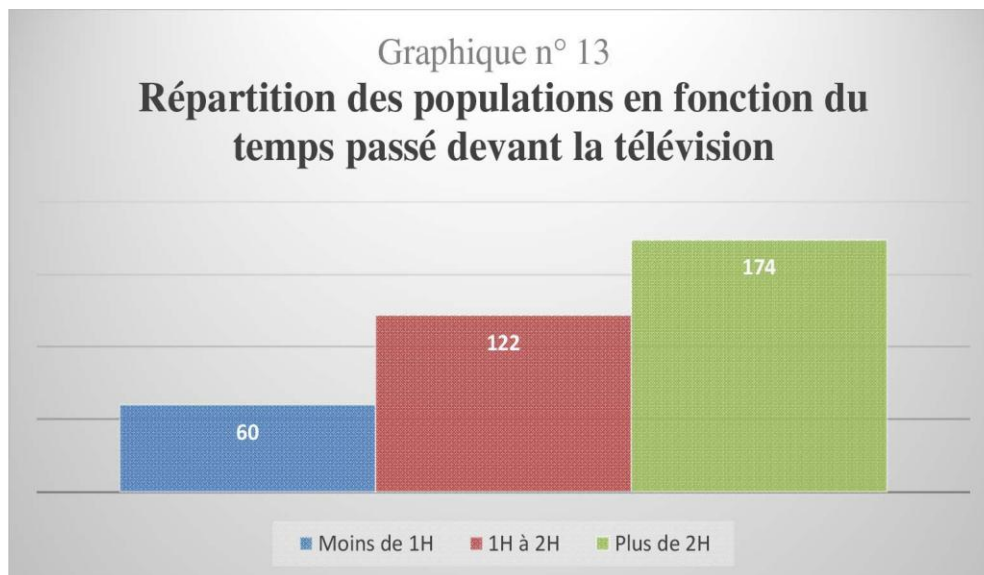
Tableau n° 35 : Identification des enquêtés en fonction du temps passé devant l'écran de télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 1H	60	16.85%
1H à 2H	122	34.27%
Plus de 2H	174	48.88%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Près de 50% des personnes enquêtées passent plus de deux heures devant la télévision. Avec celles qui sont devant elle pour une à deux heures, ce pourcentage culmine à près de 82%. Autrement dit, l'usage de la télévision fait désormais partie des modes de vie, et par conséquent, des habitudes.

L'histogramme ci-dessous indique le niveau de présence devant la télévision et en confirme visuellement les indications statistiques.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

En ce qui concerne le nombre d'individus dont les appareils « captent » Gabon Télévision soit par technologie analogique soit par technologie numérique, on comptabilise 351 personnes sur 356. Le tableau ci-après renseignant les réponses à la question : « *Captez-vous Gabon Télévision chez vous ?* » le confirme.

Tableau n° 36 : Répartition des personnes qui captent ou pas Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	351	98.60%
Non	5	1.40%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Le tableau ci-dessus indique en effet que ce sont 98,60% du corpus d'enquêtés qui « captent » Gabon Télévision, quel que soit le support technologique adopté. En tenant compte des précédentes données, on en déduit que sur 351 individus qui « captent » Gabon Télévision à domicile, 31 personnes peuvent regarder cette chaîne grâce au signal analogique. Cette catégorie d'individus représente un pourcentage de 8,83%.

Pour quantifier l'audience réelle de la chaîne, il nous a paru nécessaire de savoir combien d'enquêtés suivent-ils réellement Gabon Télévision ? C'est l'intérêt de cette question. Entre « capter » une chaîne de télévision (fait technologique) et la « regarder » (fait individuel et assujetti à une volonté), il y a deux expressions : celle d'un besoin supposé et celle d'un besoin assumé comme tel. Du côté du récepteur, ce besoin est mesuré ici à travers la question : « Regardez-vous Gabon Télévision ? ».

Les statistiques afférentes à cette question sont reportées dans le tableau en-dessous :

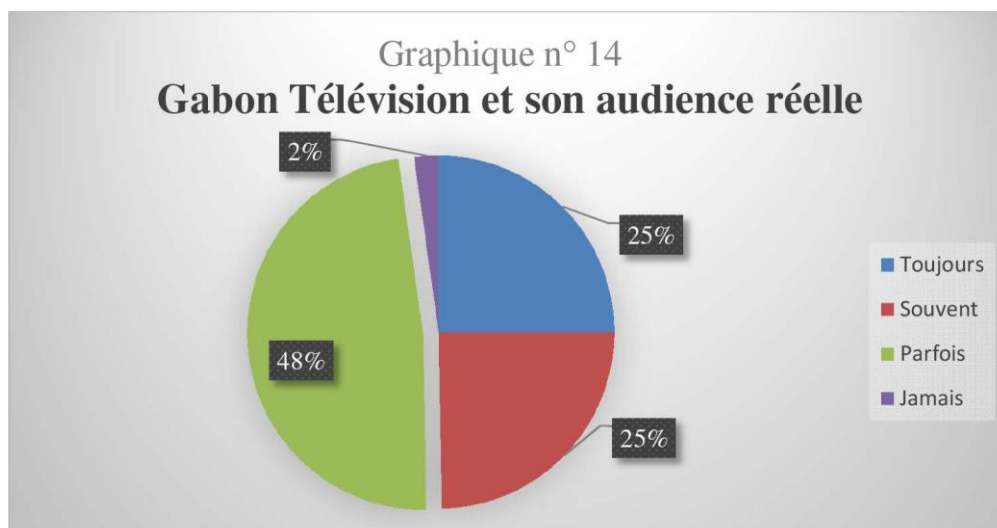
Tableau n° 37 : Population des personnes qui regardent Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Toujours	89	25.00%
Souvent	88	24.72%
Parfois	171	48.03%
Jamais	8	2.25%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ces statistiques, juste 25% des téléspectateurs potentiels de Gabon Télévision regardent cette chaîne de façon permanente dans les quatre provinces enquêtées. Presqu'autant la regardent « souvent », c'est-à-dire de façon plus ou moins motivée. 50% la suivent irrégulièrement, voire accidentellement. On enregistre aussi plus de 2% d'individus qui ne se mettent « jamais » sur ses canaux de diffusion (numérique et analogique).

D'un point de point de vue graphique, ces données se transposent dans la visualisation ci-après comme suit :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Au total, pour cette préoccupation, le diagramme ci-dessus met en évidence qu'un grand nombre d'enquêtés, donc la moitié 50% (ceux qui la regardent parfois et jamais), ne sont pas du tout ou ne sont pas profondément intéressés par les contenus de leur chaîne de télévision publique nationale. Ici on ne peut que constater que le public potentiel de la chaîne de télévision publique gabonaise est en volume très significatif.

7.1.3. Les programmes télévisuels et la culture

Nous avons regroupé la diversité des programmes offerts par Gabon Télévision autour des cinq genres : le journal télévisé, les documentaires, le cinéma, la musique et les talkshows (plateaux télévisés). A la question « Quels sont vos programmes préférés parmi ceux diffusés sur la chaîne ? », voici les données obtenues :

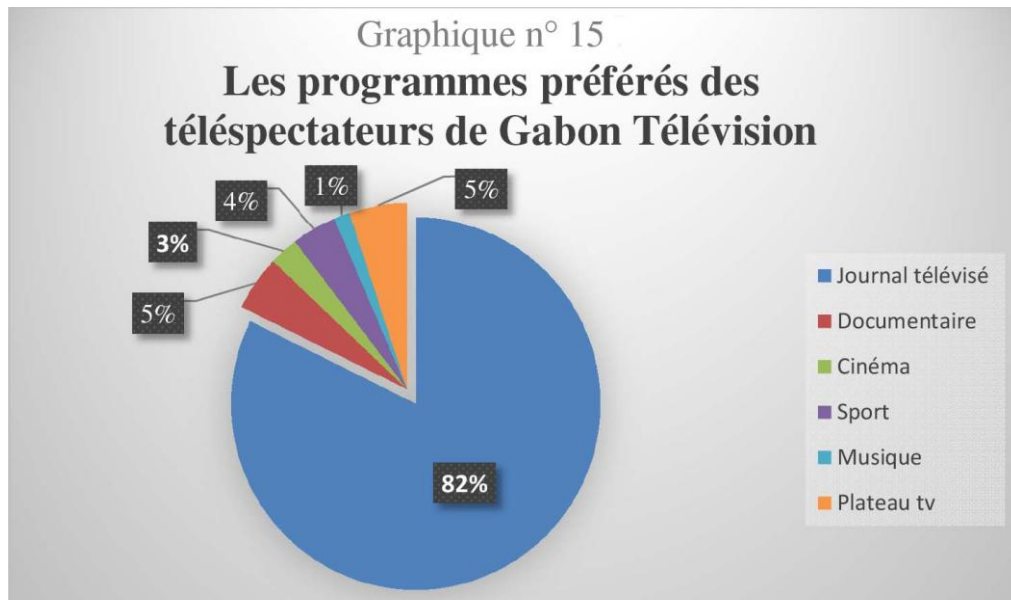
Tableau n° 38 : Répartition des personnes enquêtées en fonction des programmes

Réponse	Décompte	Pourcentage
Journal télévisé	293	82.30%
Documentaire	17	4.78%
Cinéma	9	2.53%
Sport	14	3.93%
Musique	5	1.40%
Plateau tv	18	5.06%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Ce tableau démontre que la majorité des personnes qui regardent Gabon Télévision le font pour satisfaire au besoin de s'informer sur l'actualité. Ainsi le journal télévisé de la

chaîne est-il le programme le plus suivi avec un pourcentage de près de 83%. Ceci se traduit dans le graphique ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

En dehors du journal télévisé, les autres programmes diffusés par Gabon Télévision ont un taux d'écoute résiduel qui varie de 5 à 1%.

Nous avons voulu savoir si le public de la chaîne de service public gabonais regardait des émissions à contenus culturels. D'une certaine façon, nous l'amenions à définir ce qu'était la culture pour lui et comment il percevait sa diffusion. D'où la question : « Suivez-vous des émissions culturelles sur Gabon Télévision ? ». Voici les réponses à cette préoccupation :

Tableau n° 39 : Répartition des personnes enquêtées en fonction des émissions culturelles suivies

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	269	75.56%
Non	87	24.44%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

75,56% des personnes déclarent regarder des émissions culturelles sur Gabon Télévision, contre 24,44%. Et, quand on s'intéresse à savoir le type d'émission culturelle suivie, voici ce qui en résulte :

Tableau n° 40 : Classement des émissions culturelles citées

N°	Emissions culturelles citées	Décompte
1	Agora	71
2	Ça s'explique	9
3	Cogito	3
4	Dieu en question	43
5	Espace jeunes	21
6	Gabon Matin	2
7	Grand angle	6
8	Grand sport	16
9	Heure de vérité	1
10	Heure de vérité	1
11	Journal télévisé	12
12	L'arbre à palabre	29
13	L'invité de Gabon Télévision	3
14	La semaine du président	1
15	La semaine du président	2
16	La totale	9
17	Le message de l'islam	1
18	Mbiyi	1
19	Le Ndzimba	27
20	Pluriel	6
...	Sans Réponse (srs)	445

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur les 20 premières « émissions culturelles » citées par les enquêtés, les quatre premières sont des débats (ou talkshows) à prédominance politiques, à savoir : « Agora », « Le Ndzimba », « L'Arbre à palabre », puis une émission religieuse et une émission d'informations politiques et économiques : « Dieu en question » et « Grand angle ». De plus, le décompte donne 445 sans réponses liées à la question « Si oui, pouvez-vous nous citer trois émissions culturelles ». Pour nous assurer que le public enquêté avait une compréhension claire de ce qu'est une « émission culturelle », l'interrogation ci-après lui a été posée : « Pour vous, de quoi devrait parler un programme culturel ? ». En voici les résultats :

Tableau n° 41 : Les contenus des émissions culturelles définis par le public

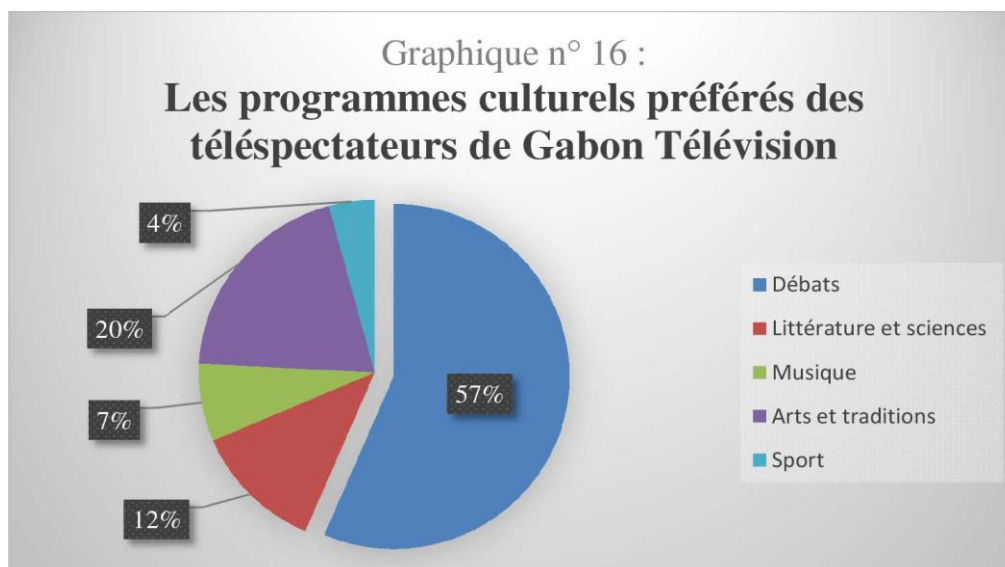
Réponse	Décompte	Pourcentage
Débats	201	56.46%
Littérature et sciences	43	12.08%
Musique	26	7.30%
Arts et traditions	71	19.94%
Sport	15	4.21%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ce tableau, la « culture » est associée aux débats à près de 57%. Viennent ensuite les « Arts et la tradition », puis la « Littérature et les sciences » avec respectivement 19,94% et 12,08% de pourcentages. Si l'on se réfère aux analyses faites précédemment au chapitre 5, le constat fait est que la culture cultivée occupe la troisième place, la culture communautaire la seconde. La première place quant à elle revient au Débat qui est un genre télévisuel dans lequel toutes les formes culturelles peuvent être retrouvées²⁸⁹. Ce classement tend à confirmer la première hypothèse secondaire posée en introduction de ce travail. Autrement dit, les émissions culturelles programmées et diffusées par Gabon Télévision ne répondent pas aux « quotas exigés » par les téléspectateurs (et l'Etat). En effet, pour ces derniers, la culture à la télévision, c'est d'abord des *débats* (culture mixte, non pas exclusivement politique comme nous le verrons plus loin), ensuite les émissions sur les *arts* et la *tradition* (culture communautaire voire ethnique) et enfin sur la *littérature* et les *sciences* (culture cultivée). Ces données infirment les observations de la première partie lorsqu'il s'est agi d'analyser la programmation culturelle de la chaîne. En effet, le constat fait était que pour Gabon Télévision la « culture » se résumait aux contenus des émissions musicales et à ceux des débats politiques. L'analyse comparative des données fournies par les récepteurs (les enquêtés) et l'émetteur (Gabon Télévision) révèle l'existence d'un véritable hiatus existe entre la vision médiatique de la culture et celle des populations enquêtée. Nous développerons l'analyse de contraste de façon exhaustive dans la troisième partie.

L'ensemble des résultats ci-dessus exposés est reporté dans le diagramme suivant :

²⁸⁹ Nous apporterons plus de précisions sur ce point dans la troisième partie lorsque nous analyserons l'émission culturelle la plus citée.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Avec 201 réponses sur 356 disponibles, les émissions de débats l'emportent sur les autres. Cette donnée est en nette conformité avec les informations antérieures relatives aux émissions citées comme étant culturelles.

En outre, à propos des publics ciblés par Gabon Télévision, et sur la base des réponses à la question « Les émissions culturelles diffusées par la chaîne nationale intéressent-ils tous les Gabonais, les hommes politiques ou les intellectuels ? », les enquêtés estiment que les contenus médiatiques de cette chaîne publique s'adressent majoritairement à « Tous les Gabonais ». Les réponses à cette demande sont traitées dans le tableau ci-dessous :

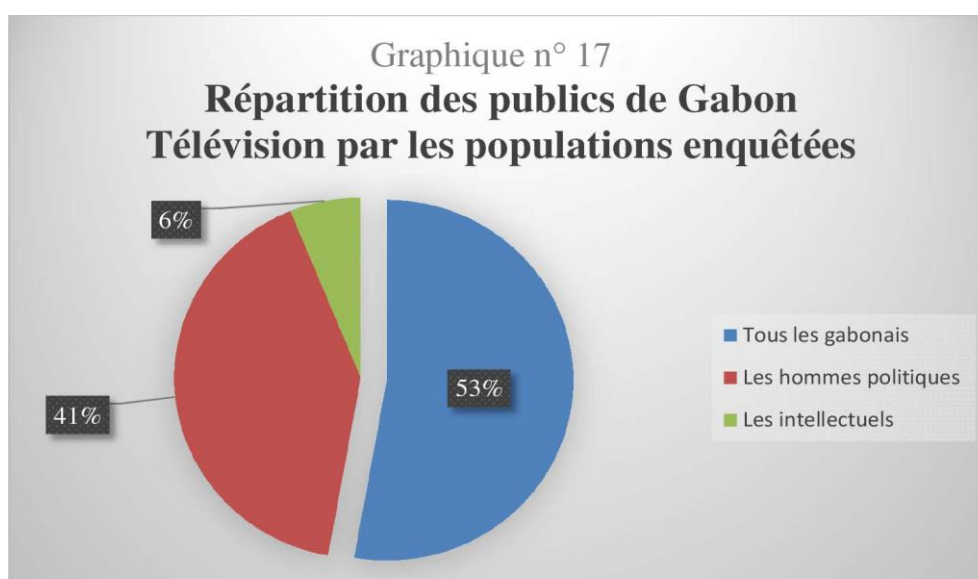
Tableau n° 42 : Les publics de Gabon Télévision définis par le public

Réponse	Décompte	Pourcentage
Tous les gabonais	188	52.81%
Les hommes politiques	146	41.01%
Les intellectuels	22	6.18%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après les statistiques précédentes nous savons que 25% des personnes enquêtées suivent « toujours » Gabon Télévision. A l'analyse, les chiffres que nous révèle le présent tableau posent un véritable problème de cohérence interne des résultats globaux de notre enquête. En effet, si les programmes culturels diffusés par la chaîne intéressaient réellement tous les Gabonais, l'ensemble des enquêtés la regarderait tous

« toujours », quelle que soit la catégorie socio-professionnelle à laquelle ils appartiennent. Or, les classifications proposées par les résultats de l'enquête attestent le contraire. Pour les publics enquêtés, Gabon Télévision semble ne pas destiner ses programmes et contenus (culturels) à une catégorie de public clairement ciblée. Le média s'adresserait indifféremment aux politiques (41%) et à tous les Gabonais (53%), laissant ainsi pour compte leur second centre d'intérêt pour la télévision en général : les arts et sciences dont les contenus ne sont diffusés qu'à hauteur de 6%. Ce paradoxe est mis en relief par le graphique ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'un autre point de vue, ce diagramme peut être interprété en sens inverse. En effet, il démontre l'importance des contenus politiques à la télévision publique gabonaise. Ceux-ci contenus représentent un pourcentage de 41% (sans tenir compte des contenus politiques des débats) quand en même temps les émissions de « culture cultivée » (arts et sciences) ont une présence télévisuelle insignifiante (6%). On en déduit que le corpus d'enquêtés percevrait l'intérêt national de Gabon télévision de façon on ne peut plus ambiguë. D'une part, les émissions de débats politiques constamment diffusées par le média fondent cet attrait général. Dans ce cas, on comprend que le goût des publics pour les émissions de débats justifie cette perception. D'autre part, on peut imaginer que ce sont les contenus généraux (émissions musicales, films, talkshows, etc. qui occupent le

petit écran à longueur de journée) qui incitent à « penser » que Gabon Télévision s'adresse à tous les Gabonais. Mais, on peut aussi admettre que les propositions des deux dernières hypothèses motivent le sentiment que le média les satisfait à 53%. Cette idée est vite relativisée si on considère les résultats pris dans leur ensemble. En effet, d'après les données exposées plus haut, un quart de la population enquêtée suit activement le média. Or ici, plus de la moitié de la même population enquêtée estime que les contenus médiatiques de la chaîne sont destinés à tous les Gabonais, y compris ceux qui la regardent même de façon irrégulière ou jamais. Il y a ici révélation d'un deuxième paradoxe inhérent à notre enquête.

7.1.4. Attractivité des contenus médiatiques

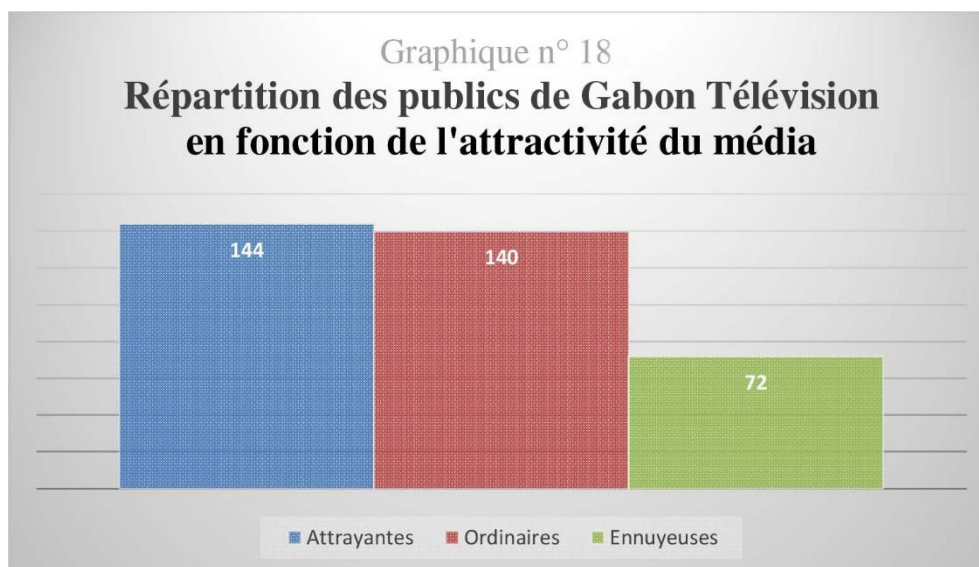
« Les émissions que vous regardez sur la chaîne sont-elles attrayantes, ordinaires ou ennuyeuses ? ». C'est la question qui nous a permis d'avoir l'opinion des enquêtés sur l'attractivité des contenus médiatiques. Le renseignement des résultats qu'elle a donnés nous a permis de réaliser le tableau ci-après :

Tableau n° 43 : Les enquêtés et l'attractivité des émissions de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Attrayantes	144	40.45%
Ordinaires	140	39.33%
Ennuyeuses	72	20.22%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ces données, près de 60% des personnes enquêtées trouvent les émissions diffusées par Gabon Télévision peu attractives (ordinaires et ennuyeuses).



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Comme le montre cet histogramme, les émissions « attrayantes » ne dépassent les émissions dites « ordinaires » que de 4 citations. Avec les émissions dites « ennuyeuses », elles constituent en effet le groupe d'émissions peu attractives. Leur taux cumulé se ramène à un pourcentage de 55,89%. La mesure de l'attractivité des contenus s'est aussi faite à travers d'autres questions. A celle-ci : « Comment trouvez-vous les plans et décors des différentes émissions ? », les enquêtés ont donné les statistiques que nous reproduisons dans le tableau ci-après :

Tableau n° 44 : Les enquêtés et l'attractivité des décors et plans des émissions de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Attrayants	157	44.10%
Ordinaires	150	42.13%
Ennuyeux	49	13.76%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Les données de ce tableau démontrent que l'attractivité des plans et décors des émissions (culturelles) de Gabon Télévision est relativement significative. Lorsqu'on associe les plans et décors dits « ennuyeux » à ceux dits « ordinaires », le taux de dépréciation s'élève plus de 55%. Ce qui confirme les statistiques ci-dessus. En effet, les émissions dont les plans et décors considérés comme « attrayants » sont effectivement minoritaires (44, 10%) mais d'un niveau de satisfaction appréciable. Par ailleurs, ce pourcentage relève un troisième paradoxe. Dans la mesure où cette statistique est mise

en relation avec les données précédentes, notamment celles afférentes au volume du public regardant « toujours » Gabon Télévision (25% de téléspectateurs enquêtés), on est en droit de savoir à quoi correspondent les 44,10% de personnes qui trouvent les plans et décors de ses émissions « attrayants » ?

7.1.5. Les présentateurs

Nous nous retrouvons ici face au troisième thème de notre formulaire d'enquête. Après avoir interrogé le corpus d'enquêtés sur les contenus médiatiques, il nous a semblé nécessaire de mesurer leur opinion sur les présentateurs d'émissions. Trois préoccupations ont déterminé cette partie : les pratiques journalistiques, leur rapport aux enjeux de leurs émissions et la satisfaction qu'en tirent les téléspectateurs.

Ici, il s'est agi d'apprécier la perception du « professionnalisme journalistique » des présentateurs d'émissions de Gabon Télévision. Aussi une des questions posées était-elle : « Les présentateurs des différentes émissions sont-ils professionnels, amateurs ou brouillons ? »²⁹⁰. Ce qu'en pensent les enquêtés est rapporté dans le tableau ci-dessous :

²⁹⁰ La définition des catégories « Professionnel », « Amateur » et « Brouillon » ne repose sur aucune base conventionnelle liée aux catégories socioprofessionnelles (CSP) connues. Elle est davantage inspirée par les théories en communication qui la rendent possible. Notamment celle postulée par Rieffel dans son étude de la « sociologie des médias ». En ce qui concerne les journalistes, cet auteur qualifie leur identité sociale de « floue » parce que ne se reposant que sur une définition administrative du journalisme (reprise par le Code de la communication gabonais en vigueur en sa page 2 : est journaliste celui qui vit des revenus générés par ses activités dans le secteur des médias, etc.). Rieffel s'intéresse aux pratiques professionnelles journalistiques pour mieux structurer la compréhension du fonctionnement de ce corps de métier. Pour ce faire, l'accent est mis sur l'approche sociologique et trois sphères sont déterminantes : la « sphère subjective », la « sphère productive » et la « sphère extérieure ». C'est cette dernière « sphère » qui nous intéresse à cause de son deuxième volet axé sur les rapports des journalistes avec le public, notamment à travers « les principales caractéristiques des pratiques professionnelles journalistiques » circonscrites par des conceptions diverses du métier, par les mutations technologiques, par la multiplicité des trajectoires, mais également par les cadres et contextes culturels d'exercice dudit métier. C'est dans cette optique que nous avons littéralement employé les termes « professionnels », « amateurs » et « brouillons » dans le questionnaire pour rendre accessible la perception de la pertinence professionnelle du journalisme au Gabon et ses degrés d'identification chez la population enquêtée. Il faut dire que cette façon de voir et de poser cette problématique est inspirée par des organismes internationaux comme l'Unesco et le Pnud dont les publications ont maintes fois tiré la sonnette d'alarme sur le niveau du professionnalisme journalistique au Gabon. Notamment en raison de la dépendance des journalistes aux politiques et des conséquences sociologiques de cette dépendance vis-à-vis de l'exercice du métier, mais aussi par rapport l'indépendance du journaliste et de la presse en général (cf. le *Rapport d'évaluation du développement des médias au Gabon* publié en 2012, *op. cit.*). En termes clairs, la question est de savoir jusqu'où on peut être partisan ou intériorisé l'éthique, la déontologie et les pratiques professionnelles du journalisme.

Tableau n° 45 : Les enquêtés et la perception du professionnalisme journalistique à Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Professionnels	187	52.53%
Amateurs	144	40.45%
Brouillons	25	7.02%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur 356 individus interrogés, 187 trouvent les présentateurs « professionnels », 144 les croient « amateurs » et 25 les trouvent « brouillons ». L'indice de perception du professionnalisme journalistique des présentateurs de Gabon Télévision soulève une quatrième contradiction quant à l'opinion des enquêtés avec l'ensemble des données chiffrées. Subsiste toujours un décalage entre les populations qui regardent « toujours » Gabon Télévision et les données chiffrées obtenues. En d'autres termes, qui des publics trouvent les présentateurs professionnels ? A la question : « Sont-ils à la hauteur des enjeux des émissions qu'ils présentent et animent ? », voici les données recueillies :

Tableau n° 46 : Les enquêtés et la qualité journalistique des émissions de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Toujours	129	36.24%
Parfois	201	56.46%
Jamais	26	7.30%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

A cette interrogation, 201 personnes estiment que les présentateurs sont « parfois » à la hauteur des émissions qu'ils présentent. 129 pensent qu'ils sont « toujours » à la hauteur et 26 croient qu'ils ne le sont « jamais ». Les enquêtés insatisfaits, ceux qui trouvent les présentateurs « parfois » ou « jamais à la hauteur », font un pourcentage cumulé 63,76%. Ici, les données sont en phase avec celles recueillies plus haut.

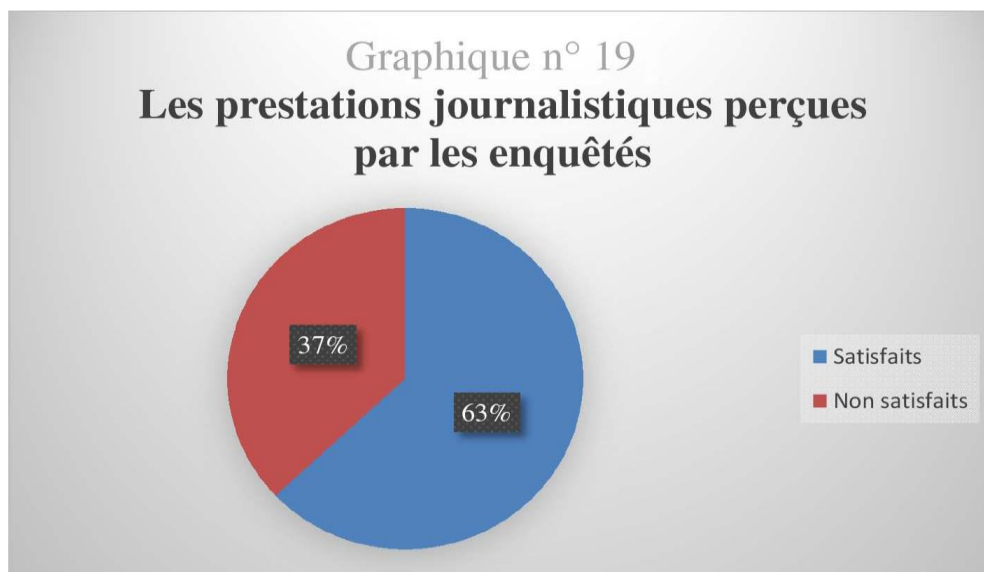
Pour finir, il était important de savoir si le public de Gabon Télévision était un public satisfait des émissions qu'il regarde (en termes de pratiques journalistiques et de contenus diffusés). D'où la question suivante : « Etes-vous satisfaits de chacune de leurs prestations ? ». Voici les statistiques relatives à cet intérêt :

Tableau n° 47 : Les enquêtés et leur niveau de satisfaction

Réponse	Décompte	Pourcentage
Satisfaits	226	63.48%
Non satisfaits	130	36.52%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Au total, sur 356 personnes enquêtées, 226 sont satisfaites de chacune des prestations des présentateurs d'émissions de Gabon Télévision. En termes de pourcentage, ce nombre donne 63,4% d'opinions favorable. Reportées dans le graphique ci-dessous, ces données génèrent une visualisation assez significative.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

En somme, on peut estimer que l'appréciation des prestations télévisées de Gabon Télévision démontre que les personnes enquêtées ont globalement une opinion favorable des émissions qu'elles regardent. La question qui demeure reste donc la suivante : pourquoi les enquêtés dans leur ensemble ne sont pas fidèles à cette chaîne de service public.

7.1.6. La chaîne évaluée par son public

Pour clore notre enquête, nous avons tenu à confronter l'ensemble des données acquises à la perception globale qu'ont les usagers de Gabon Télévision. D'une part, nous découvrirons le jugement critique des enquêtés : c'est la problématique de la construction de leur point de vue général sur la perception du média dans la durée. D'autre part, en nous positionnant par rapport à ce jugement, nous nous exprimerons sur

la question relative aux innovations reconnues à Gabon Télévision par les enquêtés : c'est la problématique de la perception contemporaine de ce média.

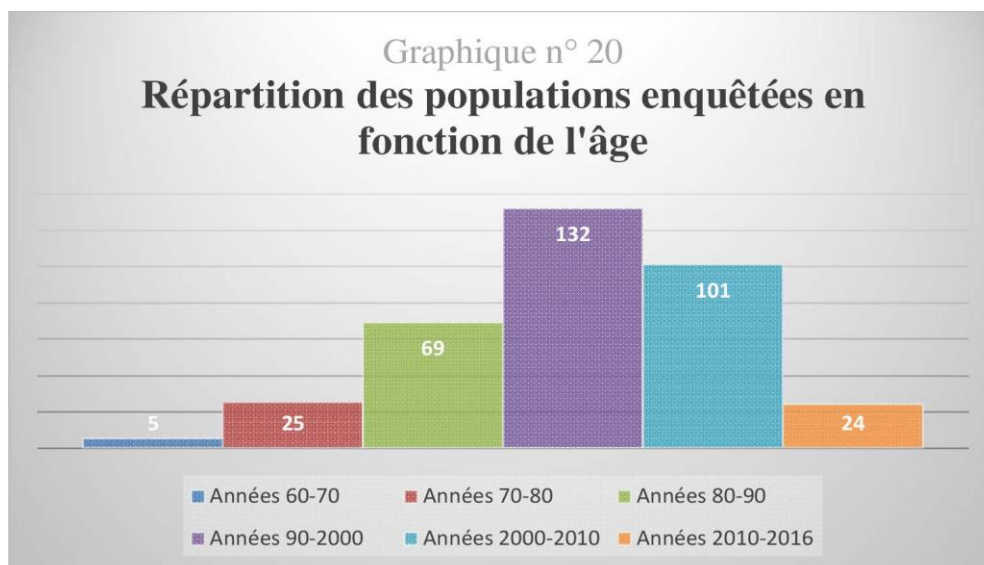
En ce qui concerne le jugement critique des enquêtés par rapport à l'histoire de la télévision gabonaise, la question « Depuis quelle année regardez-vous les programmes de Gabon Télévision ? » a été posée. En voici les statistiques :

Tableau n° 48 : Temps de la construction du jugement critique

Réponse	Décompte	Pourcentage
Années 60-70	5	1.40%
Années 70-80	25	7.02%
Années 80-90	69	19.38%
Années 90-2000	132	37.08%
Années 2000-2010	101	28.37%
Années 2010-2016	24	6.74%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur une période qui recouvre des individus nés entre 1956 et 1996, soit des individus âgés de 20 ans et de plus de 60 ans en 2016. La majorité des personnes enquêtées sont jeunes. Elles ont commencé à suivre la télévision nationale entre 80-90, 90-2000 et 2000-2010. Ce public n'en connaît pas vraiment l'histoire. Quand on sait que celle-ci n'est enseignée dans aucun établissement scolaire du Gabon et que seule l'expérience historique l'emporte sur les savoirs livresques pour cause de tradition orale et manque d'archives nationales, on est en droit de se questionner sur la valeur réelle de son jugement critique. En effet, il lui manque 20 ans d'histoire des médias au Gabon. Or, ce groupe d'enquêtés représente plus de 56,45% (80-90 et 90-2000) ou 85% (80-90, 90-2000 et 2000-2010) des personnes du corpus global de l'enquête. Le graphique ci-dessous le confirme :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

De fait, ce graphique démontre que les populations les plus nombreuses à exprimer leur jugement sur la télévision nationale gabonaise sont celles de la tranche d'âge (90-2010). En effet, d'après le RGPL-2013, cette tranche d'âge de notre corpus d'enquête représente en volume la population la plus élevée du Gabon. Dans notre enquête, son volume est aussi le plus élevé. Il va donc sans dire que le jugement critique de cette population est tributaire de la démographie actuelle du Gabon. On peut donc se demander s'il traduit le sentiment général des publics de Gabon Télévision. Précisément, il domine celui des personnes considérées comme les plus expérimentées ; notamment, celles dont les âges sont pris en compte par le segment 1960-1980 et qui constituent une cohorte d'à peine 30 individus. Soit 8,42% de la population générale de notre enquête.

Celle-ci s'est achevée par la question suivante : « Quelle est votre opinion de l'évolution des programmes : mieux avant ou mieux aujourd'hui ? ». Elle a généré les statistiques dans le tableau ci-après :

Tableau n° 49 : Temps de la construction du jugement critique

Réponse	Décompte	Pourcentage
Mieux avant	138	38.76%
Mieux aujourd'hui	218	61.24%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Plus 61% des enquêtés trouvent que les programmes (culturels) de Gabon Télévision sont meilleurs aujourd'hui qu'avant. Cependant, rien ne permet (du moins pour l'instant) d'affirmer qu'ils ont connu une amélioration certaine (malgré le fait que 218 personnes sur 356 le pensent). Ici, nous aurions davantage affiné la question, notamment en cherchant à savoir sur quoi se porte la perception de l'amélioration : la technologique (par exemple le passage de l'analogique au numérique à modifier la nature du signal et par conséquent la qualité de la réception), le professionnalisme des hommes des médias, la qualité des contenus diffusés, etc. Par voie de conséquence, nous nous en tiendrons à cette idée.

7.2. Les données statistiques des formulaires d'enquête partiellement renseignés

Ainsi que nous le soulignons plus haut, une partie des 520 fiches d'enquête adressées à notre corpus d'enquêtés a été partiellement renseignée. Leur nombre s'élève à 144. Une fois encore, ce renseignement partiel est dû, d'une part, à la nature même du questionnaire, notamment dans le second thème dédié au visionnage des contenus médiatiques de Gabon Télévision et à ses « programmes culturels ». D'autre part, la justification de ce panel d'enquêtés peut s'établir par le fait que des individus interrogés ont interrompu le processus de l'enquête. Deux attitudes ont été observées. Nombre de personnes abordées l'ont radicalement arrêtée, toute tentative de les ramener à de bons sentiments échouant. Le présent panel est constitué d'un corpus de personnes qui ont facultativement répondu à notre formulaire. Après s'être identifié et avoir mentionné la nature de leur relation avec Gabon Télévision, nombre d'individus de ce panel se sont prêtés aux jeux de question/réponses en fonction de ce qu'ils pensaient du média. Cette attitude justifie que plusieurs questions se sont trouvées sans réponse. D'où l'idée de rendre non obligatoires les réponses aux interrogations afférentes aux thèmes 2, 3 et 4 de notre formulaire d'enquête. Il s'agit précisément des thèmes : « Programmes culturels », « Présentateurs » et « Evaluation de la chaîne ». Précisons enfin que cette attitude a été rencontrée dans toutes les quatre provinces parcourues.

Les fiches renseignées dans ce panel ont été rassemblées sous l'appellation de « Réponses partielles ». Nous les traitons maintenant. Par province, ces réponses partielles se répartissent comme suit :

Tableau n° 50 : Répartition par province des fiches dites à « réponses partielles »

Provinces	Décompte	Pourcentage
Nyanga	35	24.31%
Ngounié	31	21.53%
Moyen-Ogooué	26	18.06%
Estuaire	52	36.11%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Globalement, on peut dire que l'ensemble de ces documents équivaut à un ¼ du nombre total de formulaires d'enquête affectés à chaque province. A ce titre l'Estuaire compte le plus grand nombre de fiches d'enquête à réponses partielles. Mais cette statistique ne se traduit pas nécessairement par l'idée que c'est dans cette province que l'on retrouve le plus de personnes plus « hostiles » à notre enquête de terrain. Pour le savoir, il faut procéder autrement en s'aidant par d'autres statistiques. En calculant par exemple le pourcentage de réponses partielles par fiches d'enquête affectées par province, on pourra en effet savoir quelle province présente davantage de formulaires d'enquête partiellement renseignés. Pour ce faire, il suffira de confronter le nombre de formulaires affectés par province avec le nombre de ces formulaires partiellement remplis. Considérons donc le tableau suivant :

Tableau n° 51 : Volume par province des fiches d'enquête à « réponses partielles »

Provinces	Nombre de formulaires d'enquête affectés par province	Nombre de formulaires d'enquête partiellement renseignés par province	Pourcentage
Nyanga	105	35	33,33%
Ngounié	105	31	29,52%
Moyen-Ogooué	105	26	24,76
Estuaire	205	52	25,36%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ces nouvelles données, la province de la Nyanga présente un grand volume de formulaires d'enquête partiellement remplis. C'est la province qui présente plus de publics « hostiles » à Gabon Télévision.

7.2.1. Structure et composition du panel

Les personnes qui ont partiellement répondu aux questions de notre terrain sont d'une part des hommes et des femmes dont le nombre se distribue comme suit :

Tableau n° 52 : Composition du panel de personnes ayant répondu partiellement aux questions

Sexe	Décompte	Pourcentage
Féminin	48	33.33%
Masculin	96	66.67%
Sans réponse	0	0.00%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

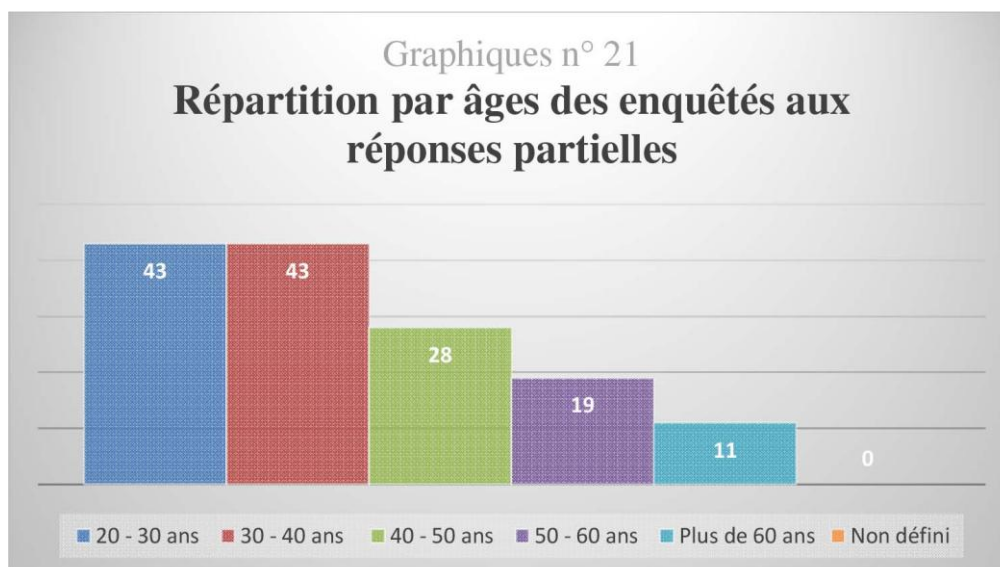
Ce que met en évidence le tableau ci-dessous est que le nombre de personnes qui ont partiellement répondu aux questions sont majoritairement des jeunes dont l'âge varie entre 20 et 40 ans. Cette donnée semble conforme aux statistiques globales de l'enquête car cette catégorie d'âge y est la plus représentative. Le tableau ci-après l'atteste nettement. D'autre part, elle met cette catégorie d'âge légèrement en difficulté, puisque c'est la même qui a notifié des améliorations dans les diffusions de Gabon Télévision entre 1980 et 2010.

Tableau n° 53 : Nombre de personnes (par tranche d'âge) ayant répondu partiellement aux questions

Âges	Décompte	Pourcentage
20 - 30 ans	43	29.86%
30 - 40 ans	43	29.86%
40 - 50 ans	28	19.44%
50 - 60 ans	19	13.19%
Plus de 60 ans	11	7.64%
Non défini	0	0.00%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Dans l'histogramme suivant, nous avons une confirmation visuelle de ce décompte :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Somme toute, les individus de 40 ans à plus de 60 ans au sein de ce panel forment un groupe de 56 têtes, soit un pourcentage de 40, 27%. Cette visualisation laisse apparaître le fait que la participation au questionnaire décroît avec l'âge. Plus on est âgé, moins on a de chance d'être présent dans l'espace de l'enquête. Ainsi donc cette règle accroît la possibilité des jeunes d'y participer. A ce titre, ceux-ci sont effectivement les plus nombreux, qu'il s'agisse des 20-30 ans ou des 30-40 ans. Cette donnée vient éclairer certaines de nos interrogations précédentes quant au jugement critique porté sur Gabon Télévision. Enfin, un fait non moins pertinent est à signaler. Cette statistique démontre les dommages que la démographie gabonaise engendre sur la transmission orale des savoirs (culturels) entre les plus anciens et les plus jeunes. Si on s'en tient aux présentes données chiffrées, on a un ratio disproportionné entre vieux et jeunes. Pour une société où la transmission se fait toujours de bouche à oreille et pour laquelle l'archivage documentaire est un luxe, rôde le danger de voir disparaître les cultures ethniques locales à cause de la rupture de la chaîne de transmission. Cette rupture est ici du moins visible sinon prévisible. A tout le moins, ce déséquilibre démographique, corrélativement aux modes d'éducation traditionnelle, expose la jeunesse au déracinement, à l'extraversion culturelle et donc à la perte de la mémoire collective ancrées dans les traditions ancestrales. On peut maintenant attester le fait que les jeunes qui ont vue des améliorations à Gabon Télévision les ont vues d'après ces

manquements. Ce ne sera pas trop que de dire que c'est une conséquence résultant de l'absence de contenus culturels locaux sur les antennes de Gabon Télévision.

7.2.2. Les programmes culturels

Pour ce thème d'enquête, nous reproduirons la même approche que celle réalisée précédemment. Ainsi restituerons-nous les statistiques recueillies en fonction des questions posées et en fonction de leur progression respective dans le formulaire d'enquête. A la question : « Avez-vous un poste téléviseur chez vous ? », les résultats suivants ont été enregistrés :

Tableau n° 54 : Répartition du panel à partir de la détention d'un poste téléviseur

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	106	73.61%
Non	35	24.31%
Non défini	3	2.08%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur 144 individus, 106 disent avoir un poste téléviseur ; soit un pourcentage de 73,61%. En revanche, 35 affirment ne pas en posséder²⁹¹, tandis que 3 personnes n'ont pas donné leur avis sur cette question. En ce qui concerne l'abonnement aux bouquets numériques dans les quatre provinces enquêtées, la question était : « Possédez-vous un abonnement Canal + Afrique ou Satcon ? ». Nous avons assemblé les données qui suivent :

Tableau n° 55 : Distribution des enquêtés à partir l'abonnement aux bouquets numériques

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	87	60.42%
Non	52	36.11%
Non défini	5	3.47%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Des 144 individus qui composent ce panel d'enquêtés, 87 affirment détenir un abonnement aux bouquets numériques vendus à Libreville et à l'intérieur du pays, contre 52. Ce qui représente des pourcentages de 60,42% et de 36,11%. Le pourcentage de ceux qui ne se sont pas exprimé sur cette interrogation reste relativement non significatif. En comparant ces résultats à ceux obtenus dans le traitement des

²⁹¹ Cf. Tome II, annexe 23, transcriptions n°s 2 et 3 des vidéos d'enquête aux villages Malounga I et II.

formulaire complets pour lesquels près de 90% étaient abonnés à des bouquets satellitaires, on pourrait déduire que plus les gens investissent dans ces abonnements, plus ils répondent aux questions de l'enquête. Par voie de conséquence, plus les Gabonais investissent dans les abonnements numériques, plus ils font savoir qu'ils ne suivent plus la télévision nationale par voie analogique chez eux. Cela est vrai pour ceux qui vivent aussi bien à Libreville qu'à l'intérieur du pays.

Le contingent d'enquêtés qui détient un abonnement pour capter les contenus diffusés par voie numérique est donc largement significatif. Il témoigne d'un attachement concret à l'outil qu'est la télévision. Pour savoir si elle a envahi leur quotidien et/ou la valeur qu'ils lui accordent, nous avons voulu estimer le temps que ces enquêtés passent en moyenne devant le petit écran. Les statistiques de cette préoccupation sont regroupées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n° 56 : Distribution des enquêtés en fonction du temps mis devant la télévision

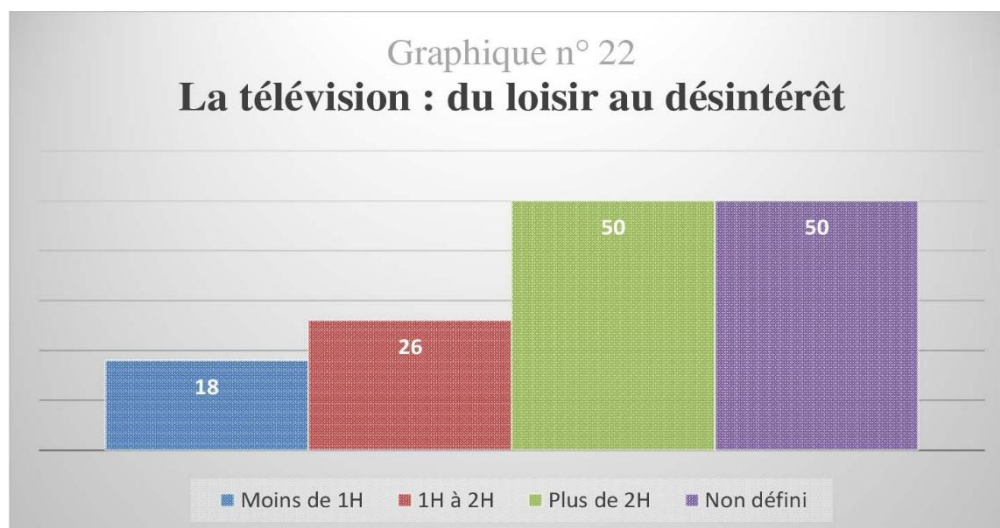
Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 1H	18	12.50%
1H à 2H	26	18.06%
Plus de 2H	50	34.72%
Non défini	50	34.72%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Les résultats obtenus présentent un double intérêt. D'une part, 34,72% de personnes enquêtées disent regarder la télévision pendant plus de deux heures. D'autre part, ce pourcentage est aussi celui des individus qui n'ont pas trouvé utile de renseigner cette question. Aborder ce panel en le confrontant directement au média public semble justifier sinon cette désinvolture, du moins un rejet.

Dans l'histogramme ci-dessous, cette observation devient marquante et plus pertinente²⁹²:

²⁹² Voir page suivante.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Lorsqu'il s'est agi de savoir si les personnes enquêtées « captaient » Gabon télévision. Voici ce que ce panel a répondu :

Tableau n° 57 : Les enquêtés face aux signaux (numérique et analogique) de Gabon télévision

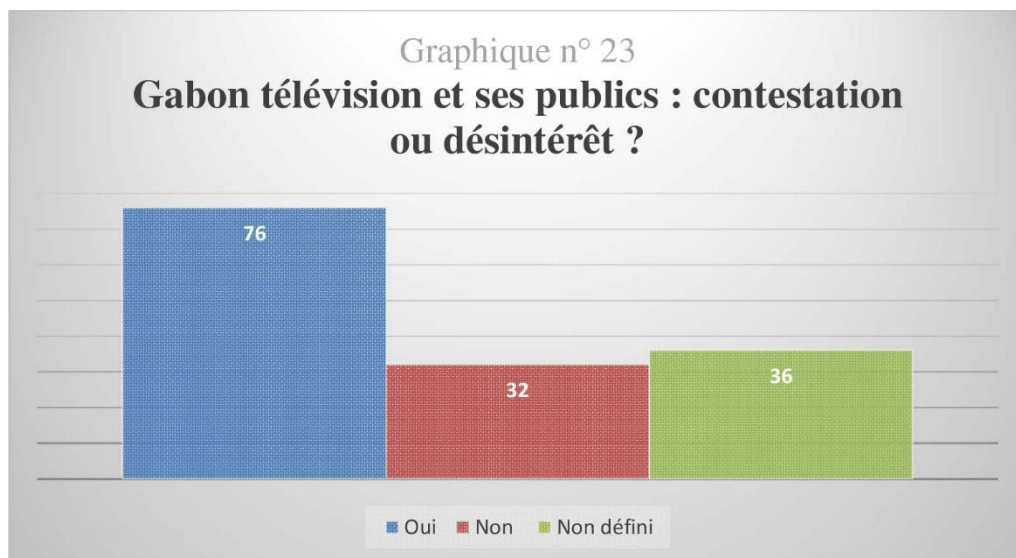
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	76	52.78%
Non	32	22.22%
Non défini	36	25.00%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Plus de 52% individus sur 100 affirment capter Gabon Télévision. Cette statistique montre que nombre d'enquêtés n'ont pas voulu répondre à cette question. S'ils sont 76 sur 144 à capter la télévision, alors on s'attendrait qu'ils soient à peu près autour de 108 (76 + 32) enquêtés à dire, *a minima*, qu'ils reçoivent au moins les signaux du média public par canal numérique. Un nouveau paradoxe s'énonce donc ici. *A contrario*, on peut imaginer que les individus qui n'ont pas souhaité répondre l'ont fait pour au moins deux raisons. Primo, ils ont voulu cacher le fait qu'ils continuent de capter Gabon Télévision par voie analogique. Deuzio, cette réponse techniquement irrationnelle met à jour leur aversion pour cette chaîne. Dans tous les cas, comme les statistiques précédentes l'ont démontré, le grand contingent d'enquêtés de ce panel est constitué d'individus vivant dans les provinces où la diffusion des contenus télévisés par voie

analogique n'est plus convenablement assurée. A partir de là, on peut aussi admettre que le chiffre global de 36 personnes sur 144 ne captant pas Gabon Télévision est pertinent.

Quoi qu'il en soit, l'ensemble des résultats afférents à cette préoccupation est reporté dans l'histogramme suivant. Les réponses négatives cumulées avec les « sans réponses » démontrent que la perception du média constitue un objet de questionnement non négligeable.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

7.2.3. Accointances et divergences

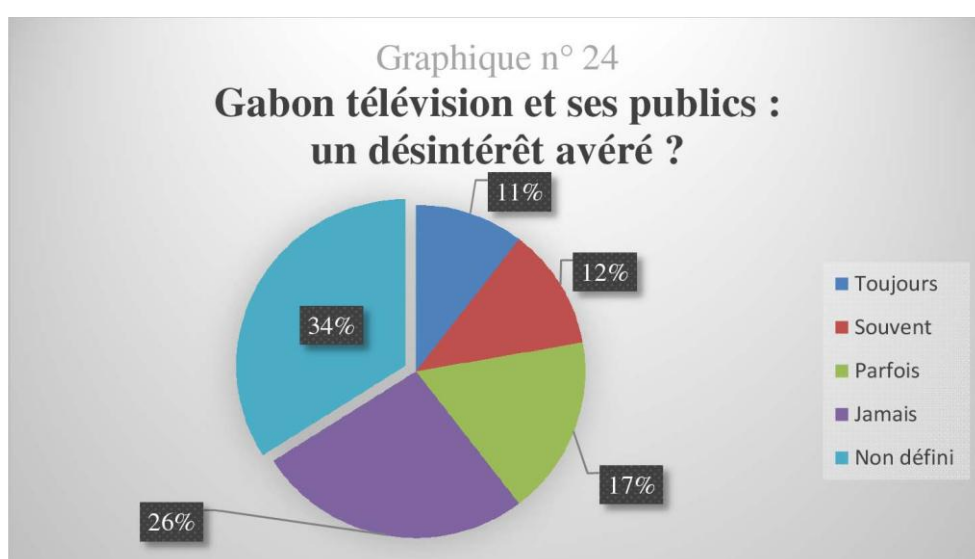
A la question : « Regardez-vous Gabon Télévision », ce groupe d'enquêtés a réagi ainsi qu'il suit :

Tableau n° 58 : Distribution des enquêtés en fonction du temps mis devant la télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Toujours	15	10.42%
Souvent	17	11.81%
Parfois	25	17.36%
Jamais	38	26.39%
Non défini	49	34.03%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Ici, on assiste à un relatif « effondrement » de la population des fidèles de Gabon Télévision qui s'énumère à 15 personnes sur 144. Les individus qui suivent irrégulièrement le média national ou ne le suivent jamais sont estimés à plus de 80%. Par ailleurs, on note un taux élevé d'individus que ne suivent « jamais » le média et un taux élevé de personnes qui n'ont pas répondu à la question. Ces deux catégories d'enquêtés représentent à elles seules 60,42% du corpus. Traduits sous forme de graphique, ces résultats donnent la visualisation ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Cette schématisation atteste de façon évidente du reflux des téléspectateurs dévoués de la chaîne publique gabonaise dans les provinces de la Nyanga, la Ngounié, le Moyen-Ogooué et dans la province de l'Estuaire. Par ailleurs, cette situation un peu persistante au niveau des individus n'ayant pas répondu pourrait traduire un certain détachement ou un certain désintéret. Amené à s'exprimer sur leurs « programmes préférés parmi ceux diffusés sur la chaîne ? », l'ensemble de ces enquêtés a généré les statistiques du tableau ci-dessous :

Tableau n° 59 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés

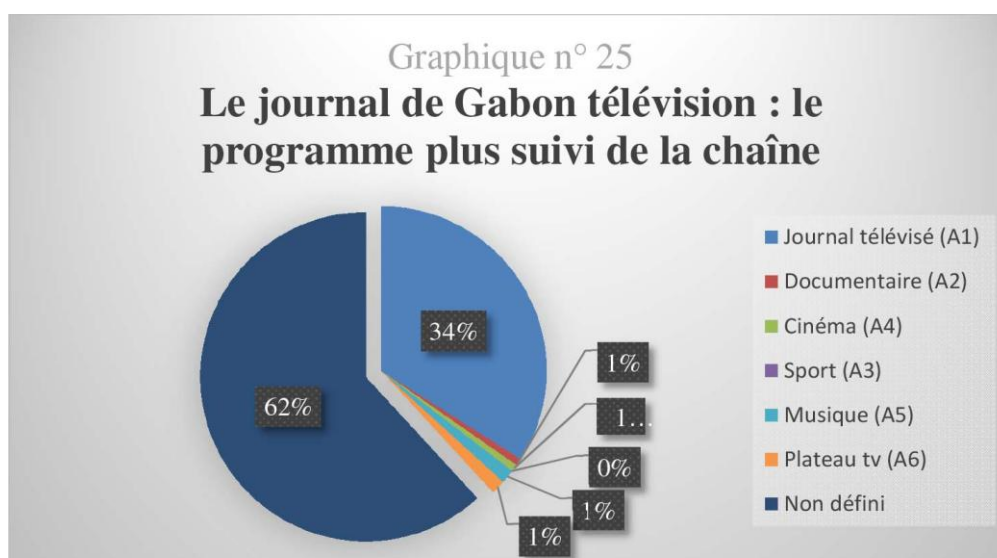
Réponse	Décompte	Pourcentage
Journal télévisé (A1)	49	34.03%
Documentaire (A2)	1	0.69%
Cinéma (A4)	1	0.69%

Sport (A3)	0	0.00%
Musique (A5)	2	1.39%
Plateau tv (A6)	2	1.39%
Non défini	89	61.81%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Les statistiques dues à cette question sont conformes à celles rencontrées dans le panel précédent. Elles confirment que le journal télévisé de Gabon Télévision est le programme le plus regardé de la chaîne. Cependant, on ne peut ignorer le volume de « sans réponse » qui culmine à près de 62%.

L'ensemble de ces statistiques donne le graphique ci-après :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

On peut maintenant apprécier le niveau de représentation résiduelle et donc de pertinence en termes d'audience que les genres « grand public » comme les talkshows (plateau tv), le cinéma et la musique dont les programmes de Gabon Télévision sont pourvus chaque année. Cette représentation, simplement, se passe de commentaire.

A propos des émissions culturelles diffusées par Gabon Télévision, les 144 enquêtés ont défendu les positions redistribuées ci-dessous :

Tableau n° 60 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	10	6.94%
Non	62	43.06%
Sans réponse	72	50.00%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

D'après ces données, on note que 93% d'individus ont répondu négativement ou se sont abstenus de s'exprimer. Plus précisément, 50% de ces individus n'ont pas donné d'opinion. Toutefois, il faut signaler que seulement près de 7% disent avoir suivi ou suivent une émission culturelle sur la chaîne gabonaise de service public.

Les individus ayant admis regarder une émission culturelle sur Gabon Télévision ont cité les émissions suivantes que nous avons classées par ordre décroissant :

Tableau n° 61 : Classement des émissions culturelles citées²⁹³

N°	Emissions culturelles citées	Décompte partiel	Rang
1	La semaine du président	1	4 ^e
2	Le message de l'islam	1	4 ^e
3	Le Ndzimba	1	4 ^e
4	Pluriel	2	3 ^e
5	Agora	3	2 ^e
6	Dieu en question	4	1 ^{er}

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Ce que l'on peut dire de ces données, c'est qu'elles reflètent le sentiment général des enquêtés qui placent globalement « Dieu en question » et « Agora » comme des émissions culturelles aux taux d'écoute les plus élevés. Par ailleurs, la lecture de ces opinions renvoie exactement à la même image que celle obtenue à la lecture du classement des programmes culturels précédents. La question qu'on est en droit de se poser est la suivante : pour les récepteurs, qu'est-ce qu'est vraiment la culture ?

Cette interrogation à avoir accès à l'idéalité de la culture de ce panel de 144 individus.

D'où la question : « Pour vous, de quoi devrait parler un programme culturel : débat,

²⁹³ Le nombre total des émissions recensées excède le nombre total de personnes attestant avoir suivi au moins une émission culturelle sur Gabon Télévision. Une justification plausible à ce déséquilibre est sans doute dû au fait qu'il a été demandé à chacun des enquêtés de citer au moins trois émissions culturelles préférées.

littérature et sciences, musique, arts et traditions ou sport ? » Les résultats enregistrés ont produit le tableau ci-après :

Tableau n° 62 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés

Réponse	Décompte	Pourcentage
Débats	29	20.14%
Littérature et sciences	11	7.64%
Musique	5	3.47%
Arts et traditions	30	20.83%
Sport	6	4.17%
Non défini	63	43.75%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Comme le précédent panel, celui-ci plébiscite aussi les « Arts et les Traditions » qui prennent la tête des émissions (culturelles) préférées. Les émissions afférentes obtiennent un pourcentage de 20,83%. Ensuite viennent les émissions de débat. Ceux-ci récoltent 20% d'opinions. Cependant le pourcentage le plus élevé reste encore celui des personnes n'ayant donné aucune réponse, le reste des émissions recueillant des statistiques relativement résiduelles. Ce résultat emmène à formuler l'hypothèse selon laquelle ce fort taux « d'abstention » exprimerait l'idée que la télévision ne joue pas son rôle d'outil de médiatisation des cultures gabonaises. Car, en l'état actuel, elle est perçue comme un instrument dépassé et donc peu intéressant²⁹⁴. Dans tous les cas, cette nouvelle donnée est assez suggestive. Elle semble attester qu'il existe une fracture non négligeable entre l'émetteur et les récepteurs des programmes culturels dans ce panel.

7.2.4. Les publics de Gabon télévision décrits par les enquêtés

Corrélativement à la problématique de la production et de la diffusion de la culture traduite dans le formulaire d'enquête sous forme d'identification des publics de Gabon Télévision, il a été aussi demandé à ce panel de savoir à qui sont destinés les programmes dits culturels de cette chaîne. Voici les statistiques qui nous avons recueillies :

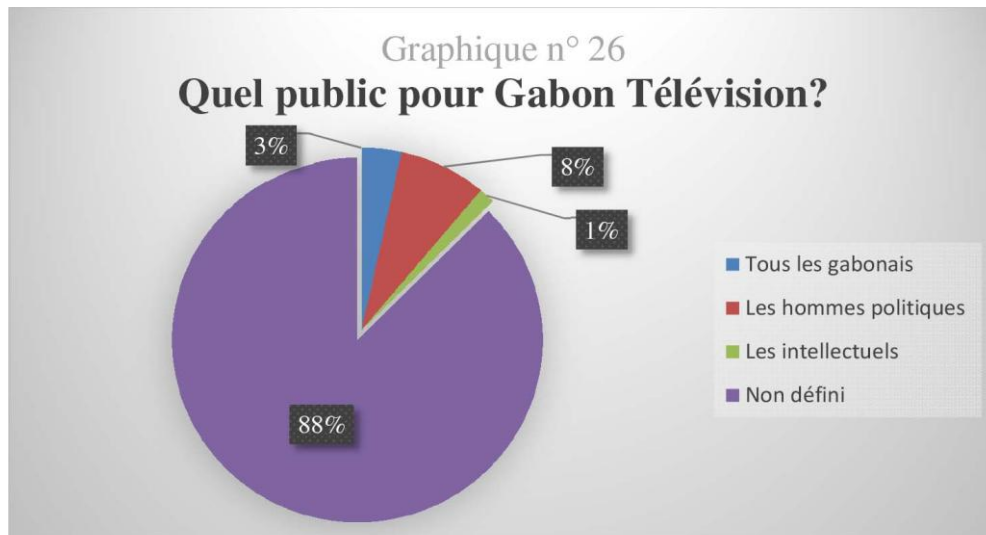
²⁹⁴ Notons que lors des interactions avec les enquêtés, notamment ceux de ce panel, tous ont fait part de leur désolation par rapport à la chaîne. Dans la ville de Ndendé, nous avons noté les propos de l'un d'entre eux qui s'est exprimé en ces termes : « je ne peux pas continuer de répondre à votre questionnaire au risque de m'énerver contre vous qui n'êtes pour rien. Retenez simplement que parler de Gabon Télévision, c'est une énorme perte de temps, elle est trop politisée et y attendre des programmes culturels, c'est comme « en attendant Godo » ».

Tableau n° 63 : Distribution du panel en fonction des publics supposés de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Tous les gabonais	5	3.47%
Les hommes politiques	11	7.64%
Les intellectuels	2	1.39%
Non défini	126	87.50%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Sur 144 personnes, 126 sont sans opinion, 11 croient que les programmes (culturels) intéressent les hommes politiques, 5 tous les Gabonais et 2 les intellectuels. Soient des pourcentages de 87,50%, 7,64%, 3,47% et de 1,39%. Le graphique qui suit en traduit l'expression au niveau visuel :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

Le plus marquant dans ce panel est, une fois de plus, le taux anormalement élevé des questions demeurerées « sans réponse ». A l'évidence ce taux procure au moins un avantage. Il en devient une marque identificatoire et ouvre sur des interprétations multiples et diverses²⁹⁵. L'objectif qui était de mesurer la relation de l'enquêté à Gabon Télévision et à ses contenus, avec en perspective de nombreux questionnements autour des émissions dites culturelles, semble avoir été atteint ici. Il ne nous paraît donc

²⁹⁵ De fait la prochaine partie consacrée à la « sociologie » du téléspectateur au Gabon nous permettra d'interpréter l'ensemble des données statistiques ici mises en relief ainsi que d'éclairer les paradoxes rencontrés dans le dépouillement des deux panels.

d'aucun intérêt de continuer le dépouillement de données contenues dans les formulaires d'enquête considérés comme partiellement renseignés. En effet, le taux très significatif de questions « sans réponse » dans les thèmes les « Présentateurs » et l'« Evolution de la chaîne » ne disposent pas à poursuivre le travail de dépouillement. Le nombre si élevé de non-réponse est si important qu'il nous autorise à faire profil bas. Quatre raisons justifient notre attitude. D'abord cette tâche s'avèrera superfétatoire et non productive à l'échelle des intérêts affichés par le formulaire d'enquête. Ensuite, les statistiques y afférentes sont disponibles dans les annexes. Enfin, plus le questionnaire entre dans le détail des émissions, de leurs dispositifs et des mises en scène, plus ce public peu impliqué s'en désintéresse. Dans la partie qui va suivre, nous allons faire une synthèse globale des deux panels déjà analysées afin de nous donner une idée globale des statistiques générées par les quatre provinces de notre terrain d'enquête.

7.3. Approche globale des populations enquêtées : des téléspectateurs assez critiques et exigeants

L'objectif de ce point est d'agglomérer l'ensemble des données statistiques obtenues à la suite du dépouillement des fiches d'enquête réalisé avec le logiciel *Lime Survey*. Pour ce faire, nous devons additionner les données précédemment acquises selon un double principe, pour que les nouveaux résultats gardent une pertinence et une cohérence internes à l'esprit de l'enquête de terrain elle-même. D'une part, l'addition des données antécédentes doit être exécutée en respectant la logique interne du formulaire d'enquête. D'abord, elle se fera selon les thèmes principaux de l'enquête qui sont, faut-il le rappeler : l'« Identité des enquêtés », les « Programmes culturels », les « Présentateurs » et l'« Evaluation de la chaîne ». D'autre part, dans chaque thème recensé, l'agglomération de données se fera selon l'ordre développé plus haut²⁹⁶.

7.3.1. Principes méthodologiques d'assemblage des données statistiques

Nous avons proposé d'initier la comparaison de l'ensemble des données statistiques acquises de la façon suivante. D'abord nous les exposerons selon la logique décrite plus

²⁹⁶ Précisons que nous avons recouru au tableur Excel pour exécuter les calculs, dessiner les graphiques (histogrammes et diagrammes) nécessaires à l'analyse et à l'appréhension des données qui vont en résulter. Ainsi comptons-nous procéder à une comparaison efficiente des statistiques générées par ce calculateur avec celles proposées par *Lime Survey*. Cette approche est intéressante car elle nous permet de garder la maîtrise de l'iconographie visuelle dans cette thèse.

haut. Ensuite, nous en ferons une synthèse dans la conclusion de la seconde partie à la fin de ce chapitre. Ainsi, cette synthèse nous permettra-t-elle de tirer les conséquences de notre approche comparatiste et d'en donner un sens général.

7.3.2. Résultats des statistiques assemblées

7.3.2.1. L'identité des enquêtés

D'après les données obtenues dans la partie précédente, le groupe de réponses dit « Réponses complètes » comptait 356 enquêtés, tandis que le groupe dit « Réponses partielles » en disposaient de 144. Au total, la statistique de la population de femmes et d'hommes ayant participé activement à cette enquête de terrain dans les provinces de la Nyanga, Ngounié, Moyen-Ogooué et dans la province de l'Estuaire s'élève à 500 individus. Ces enquêtés sont répartis par genre dans le tableau suivant :

Tableau n° 64 : Répartition par genre des enquêtés

Sexe	Décompte	Pourcentage
Féminin	184	36,80%
Masculin	316	63,20%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

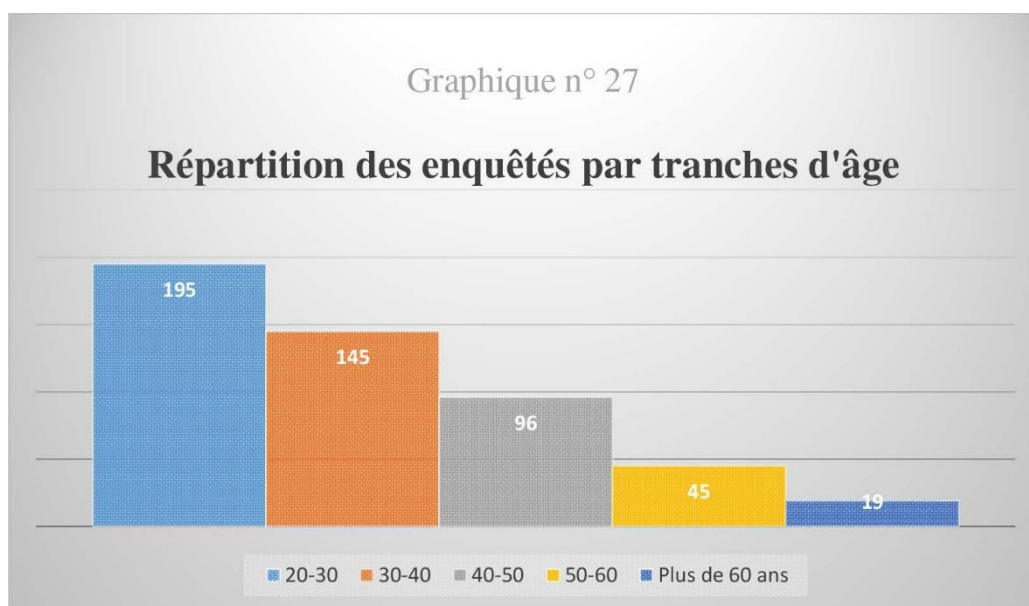
Le corpus global des enquêtés est donc composé de 316 hommes et de 184 femmes. La répartition par sexe donne ces pourcentages : 63,20% pour les hommes et 36,80% pour les femmes. Ceci recommande un bref commentaire quant aux données du dernier recensement général de la population gabonaise. D'évidence, il en suit les résultats, puisque les hommes sont désormais réputés pour être plus nombreux au Gabon que les femmes. Cependant, pour notre travail, cette statistique ne modifie ni la valeur ni le contenu. Notre objectif depuis affiché est de saisir une image de la production et de la diffusion des programmes culturels. Et c'est à ce titre que nous avons établi ce panel d'enquêtés de différents sexes et âges. Sur les 500 individus, une majorité de personnes dont l'âge varie entre 20 et 30 ans se dessine. Elle devient plus importante lorsqu'on y associe la tranche d'âge 30-40 ans. La population d'individus de ces deux catégories d'âge s'estime 240 personnes ; soit un pourcentage de cumulé de 68%. Le tableau suivant résume la situation :

Tableau n° 65 : Répartition des enquêtés par tranche d'âge

Réponse	Décompte	Pourcentage
20 - 30 ans	195	39%
30 - 40 ans	145	29%
40 - 50 ans	96	19.20%
50 - 60 ans	45	9%
Plus de 60 ans	19	3.80%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Comme on peut l'observer, les populations les moins visibles du panel global d'enquêtés sont les « Plus de 60 ans ». Leur pourcentage s'élève à 3,80%. Avec les 50-60 ans, leur taux de présence s'évalue 12,80%. En somme, dans cette enquête, l'expression des plus expérimentés pèserait d'un poids très faible si on s'en tient à l'unique balance jeunes/personnes âgées. Quoi qu'il en soit, l'histogramme ci-après permet de visualiser la répartition par âge et d'apprécier les différentiels statistiques entre catégories d'âge.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

De façon on ne peut plus claire, cet histogramme confirme nos analyses tout en mettant en relief les disparités d'âge à l'échelle globale de notre corpus d'enquêtés.

7.3.2.2. Les enquêtés possèdent-ils tous un poste téléviseur ?

A la question « Avez-vous un poste téléviseur chez vous ? », les réponses agglomérées des deux panels donnent les résultats suivants :

Tableau n° 66 : Classement des enquêtés en fonction de l'acquisition d'un poste téléviseur²⁹⁷

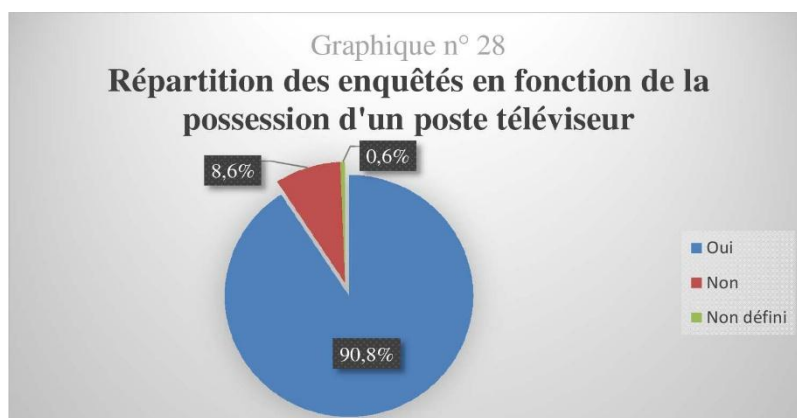
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	454	90.8%
Non	43	8.6%
Non défini	3	0.6%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

De façon générale, la plus grande majorité d'enquêtés disposent d'un poste téléviseur, exception faite pour 8,60% d'individus. On note par ailleurs 0,60% d'hommes et de femmes qui n'ont pas souhaité répondre à cette question.

Le graphique ci-dessous démontre avec efficacité l'ampleur d'individus qui ont adopté le poste téléviseur dans leur foyer. Par ailleurs, il confirme les données précédentes relatives à ce sujet. Les images qui suivent sont réparties en deux groupes. Il y a d'abord le graphique relatif aux statistiques ci-dessus évoquées, ensuite, on y trouvera aussi des photographies illustrant l'écoute de la télévision dans deux foyers de Libreville.

Des statistiques répartissant les détenteurs de postes de télévision



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

²⁹⁷ Du fait que nous associons des résultats obtenus par deux approches différentes, il apparaît tout à fait normal que l'on retrouve dans ces statistiques la mention « Non défini » qui reprend à son compte le point de vue des enquêtés qui n'ont pas répondu à telle ou telle autre question.

Ce graphique confirme les données exposées ci-dessus. Mais surtout, démontre la profondeur de la pénétration télévisuelle dans les foyers urbains et ruraux du Gabon.

Aperçus de téléspectateurs devant leur poste de télévision

Photographie n° 44 : Des enfants suivant une comédie sur TF1. Libreville, quartier Nzeng Ayong (Ondogho)



Photographie n° 45 : Un jeune public regardant Trace Africa, chaîne musicale numérique. Ici au quartier Agoungou à Libreville (Owendo).



Sources : Marina Matsanga Nziengui, Libreville, juillet 2016.

Ces deux photographies montrent que la télévision est transformée l'un des outils du contrôle parental exercé sur les enfants. Elle est devenue un support de distraction saine pour la jeunesse dont les parents suivent de près l'éducation. En effet, Libreville, comme la plupart des grandes capitales, est désormais reconnue comme une des capitales les plus dangereuses au monde, et le Gabon, le premier pays d'Afrique consommateur de bière devant le Nigéria. Face à cela, dans certaines familles, les parents optent pour l'achat des bouquets numériques afin de distraire les enfants et pallier le manque de structures culturelles dans la capitale du Gabon.

7.3.2.3. L'abonnement aux bouquets numériques

Pour savoir si les enquêtés regardaient la télévision par télédiffusion analogique ou numérique, la question suivante a été posée : « *Possédez-vous un abonnement Canal+ Afrique ou Satcon ?* ». Les réponses sont reportées dans le tableau ci-après :

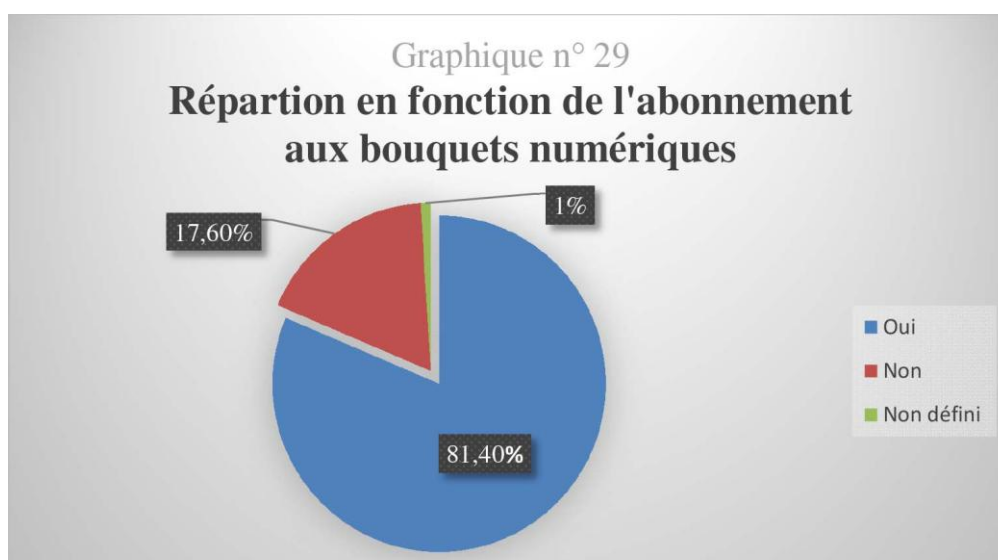
Tableau n° 67 : Classement des enquêtés en fonction de la possession d'un abonnement à la télévision numérique

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	407	81.40%
Non	88	17.60%
Non défini	5	1%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Ce tableau montre que 407 enquêtés sur 500 disposent d'un abonnement aux bouquets *Canal + Afrique ou Satcon*. En termes de pourcentage, ce volume s'évalue à près de 82%. Comme cela a été dit dans le précédent chapitre, les abonnements sont dus au fait que, d'une part, Gabon Télévision subit la concurrence des bouquets numériques, et d'autre part, la chaîne fait face à de nombreuses difficultés liées aux mutations technologiques. Par exemple, sa transition vers la TNT a été un échec dont personne ne veut ouvertement assumer la responsabilité politique.

Dans tous les cas les données statistiques de ce tableau sont transférées dans le graphique ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

17,60% d'enquêtés sont non abonnés aux bouquets numériques. Le tableau et le graphique qui précèdent confirment cette tendance générale. Mais ce chiffre n'indique pas que ces personnes ne suivent pas du tout Gabon Télévision puisqu'elles peuvent le faire avec des téléviseurs analogiques. Dans ce sens, nous sommes plutôt encline à penser que le nombre relativement correct des personnes privées de télévision à l'échelle globale de l'enquête est plus proche des personnes qui ont refusé de répondre. Par hypothèse, si cette attitude est motivée par une absence d'abonnement aux canaux numériques disponibles, alors il est plus aisé d'admettre leur participation partielle à notre enquête malgré leur disponibilité. Dans ce cas, le volume de cette frange d'enquêtés correspondrait effectivement à 1%. Cette statistique nous paraît un plus conforme au ressenti du terrain²⁹⁸.

7.3.2.4. Les enquêtés et le temps consacré à la télévision

Le jumelage des statistiques relatives à la question « Combien de temps consacrez-vous en moyenne à la télévision ? » donne les chiffres suivants :

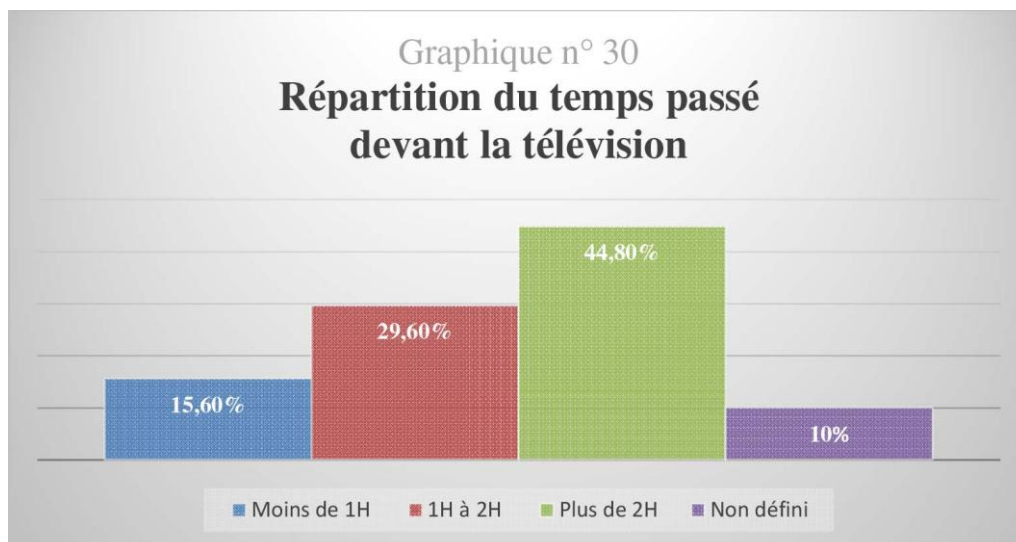
Tableau n° 68 : Classement des enquêtés en fonction des heures mises devant le poste téléviseur

Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 1H	78	15.60%
1H à 2H	148	29.60%
Plus de 2H	224	44.80%
Non défini	50	10%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

²⁹⁸ Mardi 28 août 2018, Loïc Ntoutoume du journal en ligne *Gabonreview* a posté un article portant sur les audiences télévisuelles au Gabon : « Audience médias : les chaînes nationales toujours pas attrayantes pour les Gabonais ». Le journaliste rend compte des études sur l'écoute des chaînes publiques nationales de huit pays d'Afrique subsaharienne diligentée par Kantar TNS. Sa publication indique qu'entre septembre 2017 et juin 2018, « la part des Gabonais qui regardent la télévision quotidiennement représente 95% pour une durée d'écoute moyenne quotidienne par individu de 4h10, soit une baisse de 35 minutes par rapport à 2016. Au cours de ces temps d'audience, seulement 9% sont consacrées aux chaînes nationales contre 91% aux internationales et panafricaines ». « Les chaînes internationales et panafricaines les plus regardées au Gabon sont principalement : Novelas TV, Trace Africa, TV5 Monde, Canal + sport, Nollywood TV et France 24 ». Cet article de presse confirme la tendance générale dégagée par l'écoute de la télévision nationale gabonaise mises en relief dans cette thèse. Il démontre surtout que les chiffres à l'échelle du territoire national sont très proches des valeurs globales établies par notre enquête seulement dans quatre provinces du Gabon. Ainsi, le taux de 1% de personnes n'ayant pas accès à la télévision nationale dans ces espaces est plus proche des 5% de l'échelle nationale, sachant que notre enquête ne s'est concentrée que dans les principaux centres urbains des quatre provinces enquêtées, les autres lieux ayant été abandonnés par choix méthodologique.

Avec un pourcentage de 44,80%, les personnes qui passent plus de deux heures devant la télévision forment le contingent d'individus le plus élevé. 224 au total. Viennent ensuite ceux qui regardent la télévision une à deux heures. Ils forment un groupe de 148 enquêtés. Globalement, ces deux groupes d'individus concentrent un pourcentage de près de 75%. Autrement dit, Gabon Télévision dispose d'une audience potentielle significative. Le graphique ci-dessous confirme ces données :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

De façon générale, le taux d'écoute d'individus qui regardent la télévision moins d'une heure ou celui des individus qui n'ont pas consenti à répondre à cette question restent relativement insignifiants. Cela nous mène à conclure que regarder la télévision est devenue une activité intégrée aux habitudes locales.

7.3.2.5. L'accès à la télévision

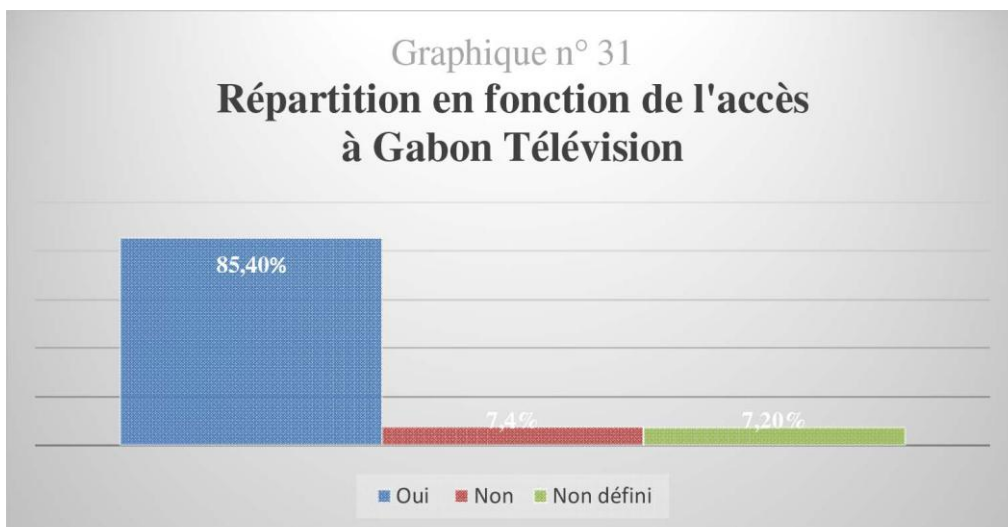
A propos de la question : « *Captez-vous Gabon télévision chez vous ?* » les résultats des précédents dépouillements se comptabilisent comme suit :

Tableau n° 69 : Classement des enquêtés en fonction de la réception de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	427	85.40%
Non	37	7.4%
Non défini	36	7.2%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

D'emblée, on constate que près de 85% des enquêtés regardent Gabon Télévision, contre 7,40% qui ne la regardent pas. Le pourcentage de 7,20% de « *Sans réponse* », dans ce contexte, est anecdotique.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Au final, cette statistique de 85,40% est plus conforme aux données enregistrées plus haut, notamment celles relatives aux abonnements numériques se matérialisant à hauteur de 81,40%. Ces chiffres nous permettent de croire que les 4% d'individus manquant sont ceux qui « *captent* » Gabon Télévision par les moyens analogiques (ou même qui ne la captent carrément pas).

7.3.2.6. L'assiduité aux programmes de Gabon Télévision

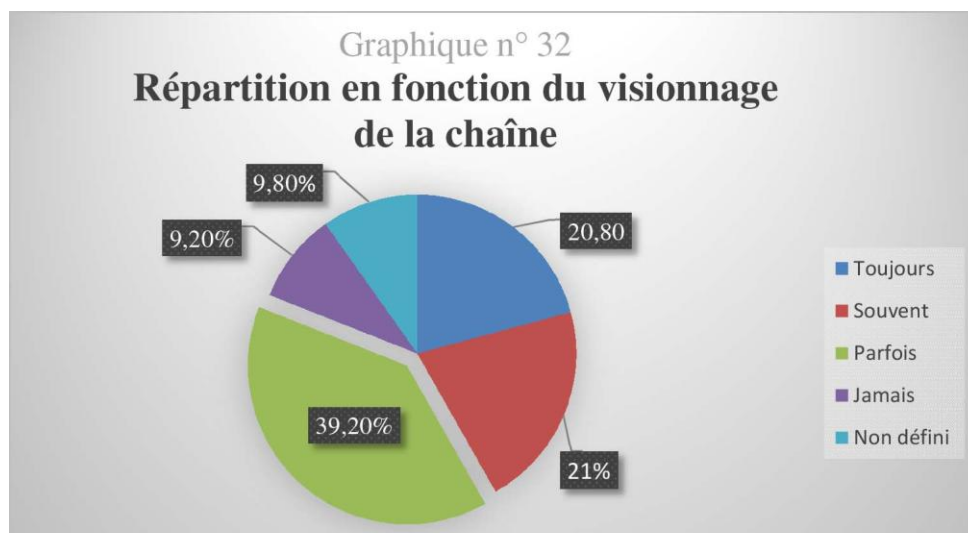
« Regardez-vous Gabon Télévision ? » Cette préoccupation a produit la distribution suivante :

Tableau n° 70 : Classement des enquêtés en fonction de leur fidélité à Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Toujours	104	20.80%
Souvent	105	21%
Parfois	196	39.20%
Jamais	46	9.20%
Sans réponse	49	9.80%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Les statistiques livrées par ce tableau sont intéressantes à plus d'un titre. D'abord, elles confirment les tendances générales acquises dans les dépouillements antérieurs vu que, globalement, deux types d'enquêtés se dégagent par rapport à la fidélité vis-à-vis de Gabon Télévision. D'une part, les fidèles absolus du média représentent la portion la plus congrue avec un pourcentage de 20,80%. D'autre part, les fidèles irréguliers se manifestent comme ceux qui regardent la chaîne « parfois » ou « souvent ». Ce groupe se détermine à hauteur de 60%. Enfin bien que faible, un troisième type d'enquêtés, qui par ailleurs peut renforcer les effectifs du groupe précédent, se décline comme des « non-télé spectateurs » de Gabon Télévision. Ce contingent est constitué de 9,20% d'individus. Les données relatives à l'ensemble de ces populations sont reportées dans le graphique ci-dessous²⁹⁹. En tenant compte des statistiques antérieures, une ligne de cohérence interne à l'enquête de terrain semble progressivement se dessiner, notamment en ce qui concerne les interactions entre Gabon Télévision et les enquêtés. Quand on a parlé d'audience potentielle du média estimée à 75% de cette population, et que l'on découvre ici que les téléspectateurs irréguliers de ses émissions se chiffrent à 60% tout comme près de 86% des enquêtés disent recevoir le signal (analogique ou numérique) de Gabon Télévision, on perçoit alors une logique statistique poindre dans l'ensemble de ces chiffres agglomérés.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

²⁹⁹ Voir page suivante.

7.3.2.7. Les programmes préférés

En ce qui concerne les « les programmes préférés parmi ceux diffusés sur la chaîne », les statistiques réajustées se présentent comme suit :

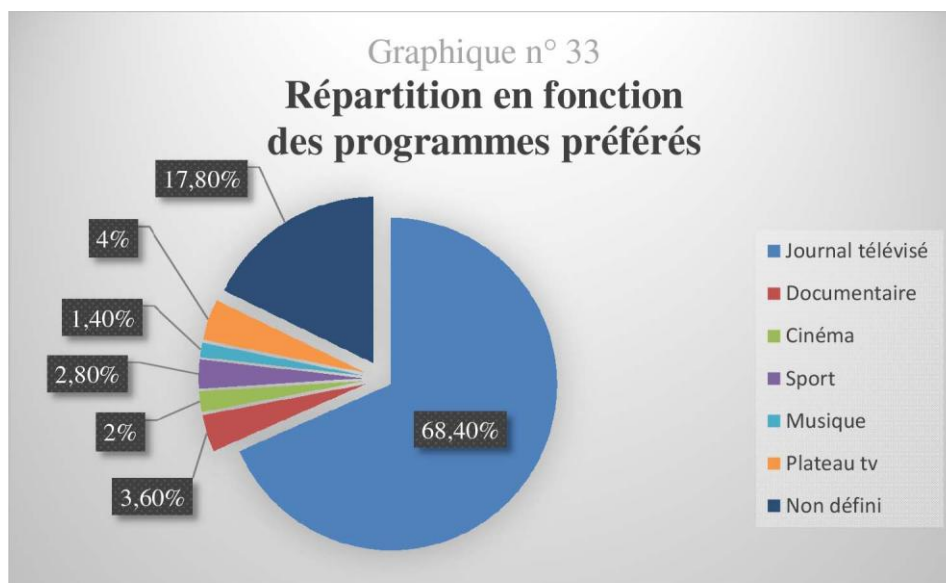
Tableau n° 71 : Les enquêtés et les programmes de Gabon Télévision les plus suivis

Réponse	Décompte	Pourcentage
Journal télévisé	342	68.40%
Documentaire	18	3.60%
Cinéma	10	2 %
Sport	14	2.80%
Musique	7	1.40%
Plateau tv	20	4%
Non défini	89	17.80%
Total	500	100%

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Ces données impliquent des préférences pour tel ou tel autre programme. Ce qui nous invite à comprendre pourquoi le journal occupe le premier plan des programmes diffusés par Gabon Télévision. Notre opinion nous incline à croire que plusieurs reportages mis à l'antenne dans ce programme ont certains aspects culturels évidents. En effet, les reportages axés sur l'actualité de la vie quotidienne rendent compte d'une culture communautaire observable à travers l'habitat, les événements et villages filmés, etc.³⁰⁰. En outre, les émissions de plateaux viennent en deuxième position avec une occurrence de 20 citations. Ces programmes qui sont des émissions de débat sont par ailleurs des lieux dans lesquels les enquêtés ont confié trouver de multiples informations leur permettant de s'instruire sur des questions diverses (notamment de la culture cultivée et/ou savante). Ces émissions permettent donc une acquisition des connaissances. Selon les enquêtés, d'une part, la pertinence des échanges et d'autre part, le « calibre » de protagonistes présents sur les plateaux contribuent au renforcement des acquis intellectuels. Enfin, le documentaire intervient comme genre culturel. Il occupe la troisième position dans le classement. Le graphique ci-après permet de visualiser la hiérarchisation des émissions les plus suivies par les publics de Gabon Télévision.

³⁰⁰ Nous reviendrons sur ces aspects que nous analyserons ce programme.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Une fois de plus, les grandes tendances dégagées dans les dépouillements précédents sont ici confirmées. Le journal télévisé est bien le programme le plus regardé de Gabon Télévision. Suivent de loin les plateaux tv (débat, talkshows), les documentaires, les émissions de sport et les contenus cinématographiques.

7.3.2.8. Les émissions culturelles

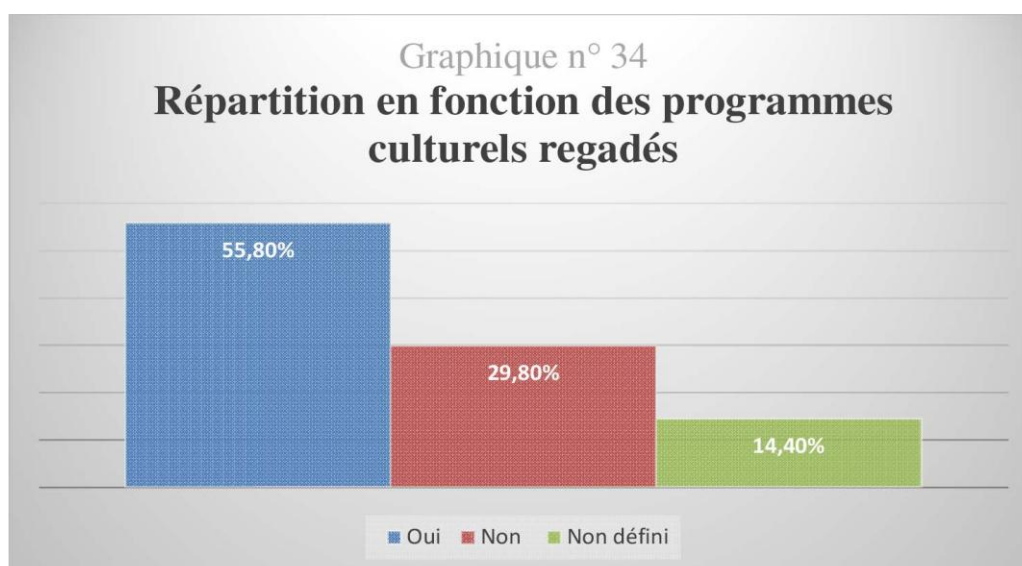
En ce qui concerne les émissions culturelles diffusées par Gabon Télévision, les statistiques que nous avons jumelées sont reportées dans ce tableau :

Tableau n° 72 : Les enquêtés et les programmes culturels de Gabon Télévision.

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	279	55.80%
Non	149	29.80%
Non défini	72	14.40%
Total	500	100%

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Sur 500 enquêtés, 279 avouent regarder des programmes culturels. Soit un pourcentage de 55,80%. L'histogramme ci-après redéploie l'ensemble des données obtenues et fournit la visualisation à suivre :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

D'une certaine manière, ces nouvelles données confirment le redressement de la cohérence interne des résultats généraux de notre enquête de terrain. Les chiffres décrivent une certaine constance qui stabilise ses grandes lignes.

Concernant les contenus des émissions culturelles, la question « Pour vous, de quoi devrait parler un programme culturel ? » a produit les statistiques suivantes :

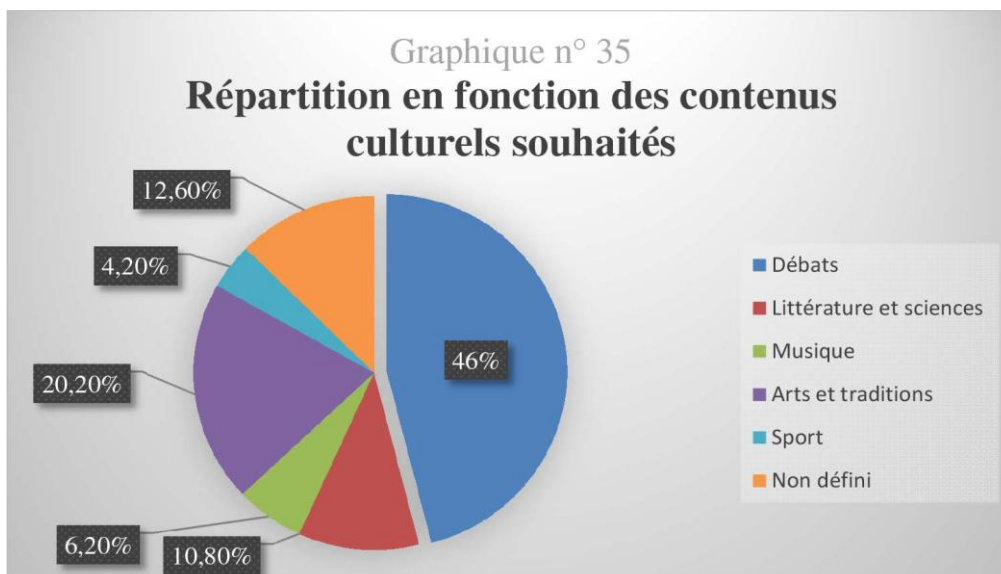
Tableau n° 73 : Les enquêtés et les programmes culturels de Gabon Télévision

Réponse	Décompte	Pourcentage
Débats	230	46%
Littérature et sciences	54	10.80%
Musique	31	6.20%
Arts et traditions	101	20.20%
Sport	21	4.20%
Non défini	63	12.60%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Ces statistiques montrent que les émissions de débats retiennent prioritairement l'attention des enquêtés. Ils arrivent en tête des programmes culturels attendus à la télévision avec un pourcentage de 46%. Viennent ensuite les « *Arts et traditions* » avec un niveau de pourcentage de 20,20% et la « *Littérature et sciences* » avec 10,80%. Ces données restent donc constantes, qu'il s'agisse de leurs occurrences dans le dépouillement des « réponses complètement renseignées », dans celui des « réponses

partiellement renseignées » ou ici. Cette constance traduit donc une réalité mise en relief par les statistiques. L’histogramme ci-après met davantage en vue ces observations.



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

On peut encore observer que les émissions dites culturelles par les enquêtés dans le chapitre précédent ne correspondent pas vraiment à leurs attentes qui, ici, semblent un peu plus précises, au risque d’arriver à une conception de la « culture » sinon floue, du moins complexe. En d’autres termes, les émissions de débat sont effectivement considérées comme des émissions informatives et leur nature contradictoire évoquerait ainsi chez les publics le visage d’une société ouverte à la contradiction et à la liberté d’opinion. Ici sont mises en perspective liberté de pensée et démocratie que la télévision publique n’incarne pas à travers ses programmes. Ce fait renforcerait donc le sentiment des publics d’être en phase avec leurs positions à propos des sujets débattus. Or, la structure informative d’autres contenus ne leur donne pas cette opportunité, les informations diffusées par Gabon Télévision étant considérées comme de la propagande politique. En plus, si l’on considère que dans les émissions adouées par les enquêtés on trouve des « aspects culturels » à travers les thèmes traités et qu’ils souhaitent voir développés à la télévision, alors les émissions de débats renforcent effectivement leur attractivité. Voilà pourquoi quasiment 2/3 des enquêtés estiment que la « culture » à la télévision concerne les questions liés au vécu du quotidien aujourd’hui (les débats) ou

dans le passé (les arts et traditions). Nous pensons dès lors que Gabon Télévision devrait pouvoir tenir compte de ces aspects pour parvenir à produire des émissions qui les intégreraient sous forme de culture mixte (tradi-moderne). Et ce, non pas seulement dans le domaine musical comme nous l'avons souligné dans la première partie de ce travail.

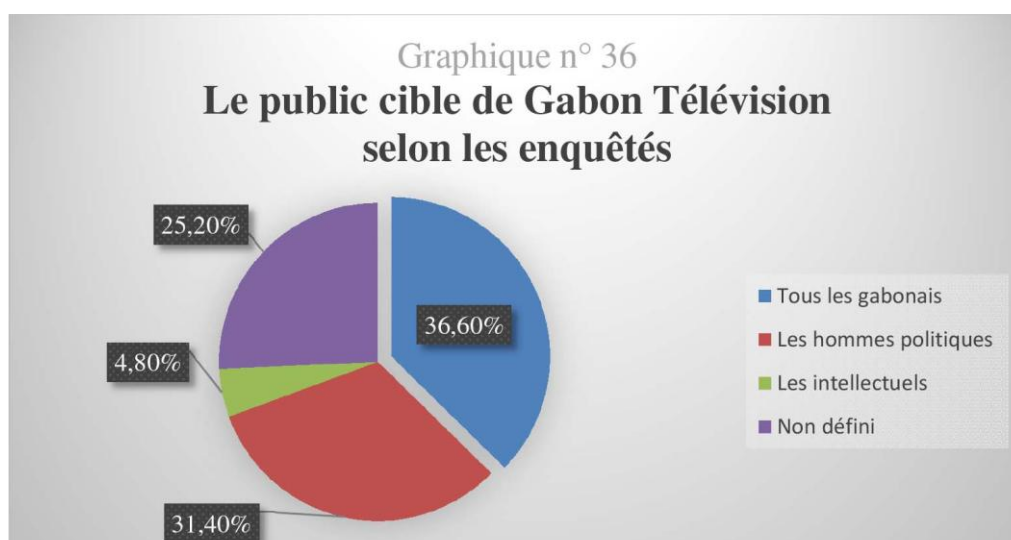
Quant à la question : « Les émissions culturelles diffusées par la chaîne nationale intéressent ? », elle a permis d'envisager le public supposé de Gabon Télévision. Le regroupement des résultats antérieurs produit les données suivantes :

Tableau n° 74 : Quel public pour de Gabon Télévision ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Tous les gabonais	193	38.60%
Les hommes politiques	157	31.40%
Les intellectuels	24	4.80%
Non défini	126	25.20%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

193 enquêtés sur 500 pensent que les programmes de Gabon Télévision s'adressent à « tous les Gabonais », contre 157 d'entre eux qui trouvent que ceux-ci ont pour cible les « hommes politiques ». Soient des pourcentages respectifs 36,80% et 31,40%. Ces données se transposent sur le diagramme suivant :



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Cette statistique met en évidence l'idée que Gabon Télévision n'est pas parvenue à être une chaîne d'intérêt général pour les enquêtés. Seulement 38,60% estiment en effet que la chaîne publique s'adresse à tous les Gabonais, quand dans les faits, et d'après les données antérieures de ce chapitre, 69,4% des enquêtés sont irrégulièrement « câblés » sur la chaîne ou ne la regardent « jamais ».

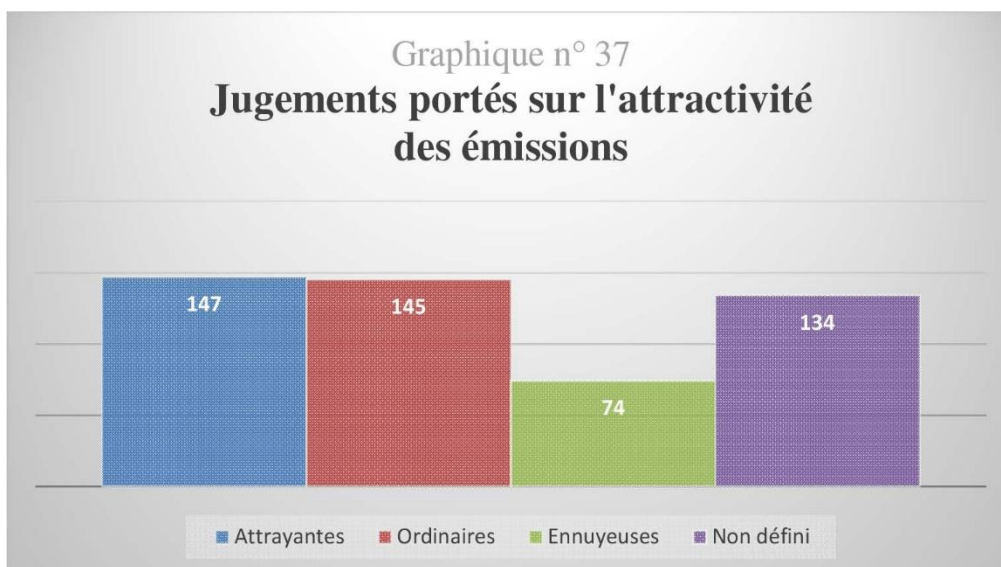
Pour ce qui relève de l'attractivité des contenus du média, nous l'avons évaluée à travers la question : « Les émissions que vous regardez sur la chaîne sont-elles ? ». L'addition des statistiques afférentes dans les dépouillements qui ont précédé a donné le tableau ci-dessous :

Tableau n° 75 : Les émissions de Gabon Télévision appréciées par les enquêtés

Réponse	Décompte	Pourcentage
Attrayantes	147	29.40%
Ordinaires	145	29%
Ennuyeuses	74	14.80%
Non défini	134	26.80%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Les résultats de cet assemblage répartissent l'attractivité des contenus médiatiques de cette manière : pour 147 individus (très courte majorité), ceux-ci sont « attrayants ». 145 enquêtés les trouvent « ordinaires » et 74 « ennuyeux ». L'histogramme ci-dessous nous permet d'en avoir une perception visuelle :



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

D'une certaine manière, ces statistiques peuvent aussi vouloir dire que près de 44 personnes sur 100 sont plus ou moins marquées par l'attrait des émissions diffusées par Gabon Télévision. Pris comme tel, ce pourcentage est fort significatif. En effet, si l'on tient compte des statistiques assez élevées des individus n'ayant pas répondu (non défini), on est bien amené à considérer que le pourcentage de 29,40% en faveur du média est beaucoup moins avantageux pour l'attractivité de ses émissions. En d'autres termes, les programmes diffusés par Gabon Télévision posent un problème de traitement journalistique ou de contenu objectif par ces statistiques ; notamment en termes de pratiques professionnelles.

La question relative à l'attractivité des plans et décors des différentes émissions de la chaîne, « Comment trouvez-vous les plans et décors des différentes émissions ? » a donné les calculs présents dans le tableau suivant :

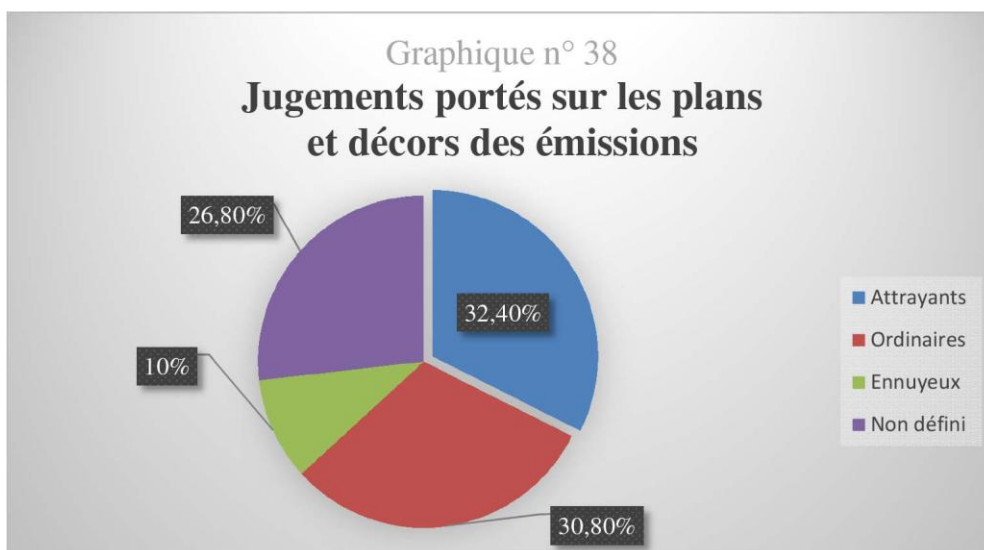
Tableau n° 76 : Les décors et plans de Gabon Télévision appréciés par les enquêtés

Réponse	Décompte	Pourcentage
Attrayants	162	32.40%
Ordinaires	154	30.80%
Ennuyeux	50	10%
Non défini	134	26.80%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

32,40% des enquêtés trouvent les « décors et les plans » des programmes de Gabon Télévision « attrayants » ; 30,80% « ordinaires » et 10% « ennuyeux ». Ici aussi, le groupe des « Non défini » est significatif. Avec 26,80% il pèse d'un poids lourd dans la balance des opinions.

Ces données se traduisent dans le graphique ci-dessous de la façon suivante :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Globalement, les résultats acquis pour cette question présentent les mêmes tendances que les résultats de la question précédente. Les plans et décors des programmes de Gabon Télévision et les émissions de ladite chaîne restent insuffisamment appréciés par les enquêtés de la Nyanga, de la Ngounié, du Moyen-Ogooué et de l'Estuaire. Ce qui pourrait sous-entendre que, comparativement aux programmes culturels des chaînes étrangères du câble, ces plans et décors sont dépassés. Ces statistiques peuvent aussi laisser croire que ces plans et décors des émissions de Gabon Télévision ne renvoient pas à leurs contenus, voire à leurs thématiques et appellations. Prenons par exemple le cas de l'émission *Le Grand Mbandja* (émission citée par les enquêtés) et *Le Ndzimba* (émission produite et diffusée par la chaîne et regardée pendant notre période de visionnage), deux émissions dites culturelles par les enquêtés.

D'entrée de jeu, il faut souligner que « Mbandja » se traduit de la langue Tsogo du Gabon en français par « Temple initiatique », maison de prières et de soins. En temps

ordinaire, c'est un endroit où la gent masculine se prélassait en attendant les heures de repas ou passe du temps en jouant à divers jeux traditionnels. Le « Mbandja » sert aussi de lieu où se déroulent les palabres, se règlent les conflits sociaux, etc. Le mot possède des variations dans d'autres langues nationales. Chez les Punu, on le prononce « Dibandza ». On trouve le « Dibandza » quasiment dans toutes les aires culturelles du pays. D'abord chez les inventeurs et dépositaires originaires de ce rite sacré considéré comme la première religion traditionnelle du Gabon, les « Mitsogo » ou « Tsogo » situés au sud, dans la province de la Ngounié, mais aussi chez les autres groupes ethniques et principalement les Punu dans le sud (Ngounié et Nyanga) et les Fangs (Estuaire, Woleu-Ntem et Moyen-Ogooué) où le « Mbandja » apparaît paré d'autres variantes, etc. Le « Nzimba » en est un élément structurel. Il est toujours situé au fond de ce temple initiatique et liturgique. C'est la place d'honneur dédiée à une catégorie d'initiés³⁰¹. Au cours des cérémonies rituelles, danse Bwiti, initiation, cérémonies de guérison ou de voyance, les publics y sont disposés en fonction de leurs statuts initiatiques, de l'entrée au fond du temple. Le « Nzimba » est donc un espace réservé, ésotérique, généralement sous le contrôle d'un chef religieux ou de l'initié le plus ancien. Des dispositions particulières autorisent le regard profane ou son arpentage, notamment quand le temple retrouve sa fonction de régulateur de vie sociale, en temps ordinaire. Les photographies ci-dessous illustrent deux formes de « Mbandja » filmés dans Libreville aux quartiers Mindoubé II et Cap Estérias³⁰² :

Photographie n° 46 : Un « Mbandja » de traditions punu au Cap (Libreville)

Photographie n° 47 : Un « Mbandja » de traditions fang au quartier Mindoubé II, Libreville

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juin 2016.



ré du
nation
es rite
) dev

Le « Mbandja » est avant tout un habitat liturgique dont la fonction religieuse est déterminante dans la cohésion sociale et le vécu des peuples traditionnels du Gabon. Son implantation par les populations du sud ayant immigré à Libreville, ici en l'occurrence, montre à quel point cet espace est omniprésent dans l'imaginaire traditionnel. Sa présence signale par ailleurs l'existence d'un ou plusieurs initiés aux rites locaux (bwetè, bwiti, ilombo, mimburi, etc.) dans les lieux où on le retrouve. Il est en général implanté dans la cour d'un maître religieux. Vu sous cet angle, on est conduit à constater que les programmes de Gabon Télévision proposés aux téléspectateurs sous les appellations de « Mbandja » ou de « Ndzimba » sont en quelque sorte hors sujet. Ils ne se rapportent ni à l'esprit ni aux fonctions sociales, éducatives, culturelles structurantes du « Mbandja » encore moins aux fonctions sacrées du « Ndzimba » dans les cultures locales du Gabon où se pratiquent la religion Bwiti et/ou ses dérivées, ni aux discussions tenues dans ce temple d'initiation à fonctions diverses. A ce propos, on aurait mieux fait de lui donner le titre d'« Agora ». Et là encore, ce serait un abus de langage, comme nous le verrons plus tard quand ferons l'analyse de cette émission et de ses contenus.

La décoration et toute l'esthétique des plateaux achèvent de nous détacher des contrées symboliques auxquelles ces émissions essaient maladroitement de nous rattacher. Notamment la présence et l'utilisation de la torche indigène qui symbolise la lumière, la connaissance, le savoir sans cesse questionné. Il y a également l'usage du kaolin qui est un élément ornemental relevant de l'esthétique de l'apparence et de la divination. Il est ici totalement ignoré. Le sens de toutes ces dimensions est relatif au vécu initiatique de chacun des Gabonais qui en ont une expérience symbolique et des expériences sociales bien établies. Il en est de même des costumes apparentés à l'émission « Le Grand Mbandja ». Ceux-ci sont d'une telle modernité qui n'a visiblement aucune accointance avec la réalité socio-symbolique à laquelle le mot « Mbandja » renvoie. De toute évidence, les producteurs de cette émission ne s'en sont pas rendu compte ou considèrent ces décalages symboliques non pertinents. Un enquêté dans la ville de Libreville a relevé ce débrayage : « Les émissions culturelles comme *Le Grand Mbandja* ne sont grandes et culturelles que de nom. En effet, ce n'est même pas du pôle folklore, c'est du n'importe quoi littéral puisqu'il s'agit juste de « faire du buzz » avec

des colorants culturels qui émeuvent et attirent les sponsors et autres mécènes. Gabon Télévision est prête à tout pour se la couler douce par les temps qui courent ».

En définitive, on formule ici une nouvelle hypothèse. Ce qui est culturel pour les enquêtés n'est pas en soi les émissions mais les appellations que ces dernières s'octroient car, de toute évidence, l'asymétrie entre les contenus culturels visés par ces émissions et la réalité culturelle qui inspire leurs producteurs et présentateurs à propos de leurs titres est beaucoup trop flagrante. Ceci nous conduit à penser que les appellations de ces programmes sont soit pensées sur une base non conceptuelle, soit les auteurs de ceux-ci ne se représentent pas le lien qu'un titre de programme doit entretenir avec ses contenus. Ainsi vue, cette dernière version de ces manquements nous ramène à la première. En conséquence, on se met en devoir d'en produire une troisième : d'une part, le professionnalisme et la formation aux métiers de la communication médiatique souvent critiqués par de nombreux citoyens gabonais, d'autre part le déficit en formation révélé par les rapports du Pnud et de l'Unesco, et enfin, la critique populaire adressée à Gabon Télévision, y compris par les jeunes comme les rappers Tina Bouka et Bubal Bu Kombil dans leur titre « Disjonctée³⁰³ » trouvent-là leurs fondements concrets.

Ci-dessous, nous exposons quelques captures d'écran pour illustrer l'analyse des plans et décors des programmes « culturels » diffusés par Gabon Télévision. Ces captures d'écran étant obtenues sur des pages youtube, nous avons jugé utile d'en laisser apparaître les commentaires.

Captures d'écran de l'émission le « Mbandja »

Capture d'écran n° 1 : Extrait du générique de l'émission « Le Grand Mbandja »

Capture d'écran n° 2 : Extrait de l'émission « Le Grand Mbandja »

³⁰³ Clip visualisable sur <https://youtu.be/wZiK87yD-ZE>.



LE GRAND MBANDJA DU
VENDREDI 03 AOUT 2018 1

3 vues



Groupe Gabon... 730 abonnés ABONNÉ



LE GRAND MBANDJA DU
VENDREDI 03 AOUT 2018 1

3 vues



Groupe Gabon... 730 abonnés ABONNÉ

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur la page Facebook de l'émission.

Captures d'écran de l'émission le « Le Ndzimba »

Capture d'écran n° 3 : Extrait du générique de l'émission « Le Ndzimba »



Le Ndzimba

66 vues



Capture d'écran n° 4 : Premier extrait d'un plateau de l'émission « Le Ndzimba »



Le Ndzimba N°8 - F.Nziengui
Nzoundou, 3ème VPM, Ministre de

364 vues



Ministère de la... 187 abonnés ABONNÉ

Capture d'écran n° 5 : Second extrait d'un plateau de l'émission « Le Ndzimba »



Le Nzimba

66 vues



1



0



Partager



Télé...rger



Ajouter à

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018.
Captures d'écran obtenues sur la page Facebook de l'émission.

Avant de passer à l'analyse des résultats recueillis sur le thème des présentateurs, marquons d'abord une pause pour analyser ces captures d'écran. Le premier constat est que celles-ci confirment toutes les appréciations sur l'attractivité des plans et décors. Le moins que l'on puisse dire, c'est qu'ils n'évoquent ni l'univers ni les imaginaires ethniques qui inspirent leurs titres. Le second constat est une conséquence de ce qui précède. Les concepts qui ont conduit à la création de ces émissions paraissent inaccessibles. Au mieux, les contenus des termes « Mbandja » ou « Nzimba » y sont ramenés à la seule dimension locutoire (dimension de la palabre pour l'émission *Le Nzimba*, dimension informative pour l'émission *Le grand Mbandja*). Les aspects symboliques qui leur sont attachés sont simplement évacués. Enfin, les contextes des discours télévisuels en rapport avec l'usage des mots « Mbandja » et « Nzimba » sont totalement bouleversés. Ici, nous avons affaire à des espaces modernes n'évoquant ni traditions ni pratiques ésotériques, voire ces espaces si symboliques au Gabon.

Au plan des interactions dans les réseaux sociaux, il est intéressant de noter que l'émission « Le grand Mbandja » du 3 août 2018 n'a reçu que 3 vues et 0 like de ses

730 abonnés. En revanche, la page Facebook de l'émission *Le Nzimba* n° 8 qui a reçu le 3^e Vice premier ministre a eu une visite évaluée à 364 vues, bien que l'émission ne compte que 187 abonnés. On note aussi qu'elle a enregistré 2 likes « J'aime ». Enfin, dans la seconde capture d'écran, la même émission a eu 66 visites sur sa page Facebook pour 1 like « J'aime ». Toutes ces données attestent d'une chose : le conditionnement des téléspectateurs pour la chose publique, mais aussi son désir du débat démocratique et transparent. Elles montrent en même temps son désintérêt pour tout contenu dont les aspects culturels ne sont en phase avec ses besoins. Autrement dit, ni l'appellation des émissions ni leurs contenus actuels n'ont de capacité d'attraction réelle. C'est ce constat que corroborent les propos de l'enquêtée citée plus haut. Toujours est-il que le comportement l'intérêt de Gabon Télévision se trouve justifié ici. La multiplication des émissions de débat est une forme d'appel aux hommes politiques, à tout le moins une stratégie de diversité ouvrant les antennes du média à ce personnel dans le but d'intéresser des spectateurs gabonais qui ne peuvent suivre les débats nationaux dans les chaînes étrangères.

7.3.2.9. Les présentateurs

Ici, la démarche visant à produire les statistiques relatives aux pratiques journalistiques en matière de conception, de réalisation et de production des émissions sera contraire à ce qui a été fait dans la seconde partie de notre dépouillement, notamment lorsqu'il s'est agi de renseigner les fiches partiellement remplies. Concrètement, nous les avons abandonné au lieu où le renseignement devenait de plus en plus statistiquement non pertinent. Ici, nous renouons avec les principes et exigences du dépouillement observés dans le dépouillement des fiches complètement renseignées malgré le niveau élevé des questions non répondues dont on souhaite exactement voir les effets à l'échelle globale de l'enquête de terrain.

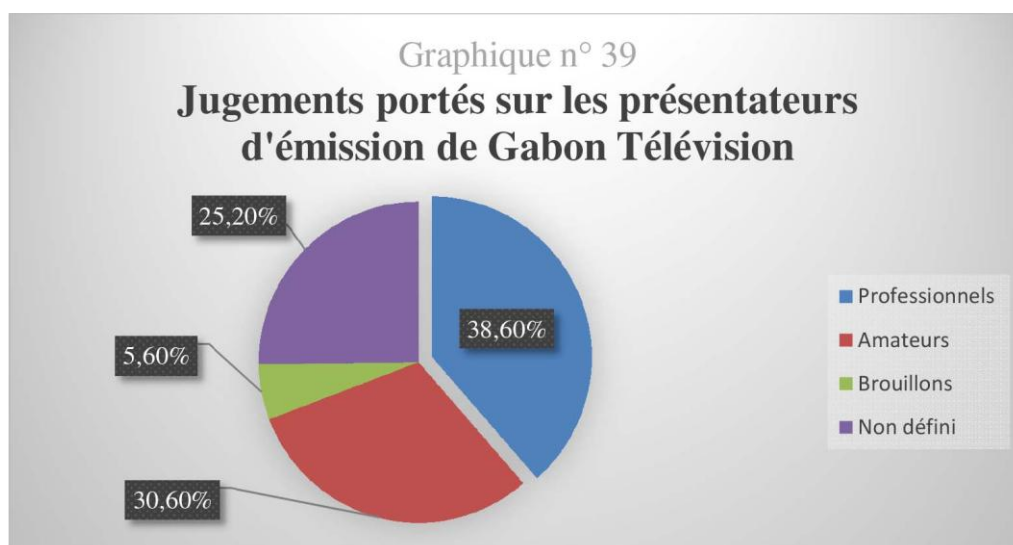
Comme dans le chapitre précédent, la question : « Les présentateurs des différentes émissions sont ? » fait ici l'objet de la première réévaluation statistique afférente à ce thème. Soit le tableau ci-après :

Tableau n° 77 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction des prestations des présentateurs d'émissions

Réponse	Décompte	Pourcentage
Professionnels	193	38.60%
Amateurs	153	30.60%
Brouillons	28	5.60%
Non défini	126	25.20%
Total	500	100%

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

D'après ce tableau, les présentateurs d'émissions de Gabon Télévision sont « professionnels ». Cette opinion l'emporte avec un pourcentage de près de 39%. Pour de nombreux enquêtés, ils sont « amateurs » à hauteur de 31% et « brouillons » pour près de 6%. Les questions non répondues conservent un taux élevé de plus de 25%. L'ensemble de ces données est reporté dans le diagramme ci-dessous :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

A observer ce diagramme, il semble que les enquêtés soient partagés sur cette préoccupation. Faut-il cependant croire à l'idée d'une « valse-hésitation » à propos du professionnalisme des présentateurs d'émissions de Gabon Télévision ? Notre réponse est négative. En effet, en termes de pratique de terrain, nous savons que les enquêtés qui n'ont pas répondu à toutes les questions de notre formulaire d'enquête démontraient toutes les mêmes dispositions psychologiques antipathiques à ce média. Cet argument nous permet d'appuyer l'idée que l'hésitation qui semble se dessiner à propos des

performances ou des compétences professionnelles de ces personnels peut se révéler comme une véritable « illusion statistique ».

7.3.2.10. Les enjeux des émissions et les prestations professionnelles

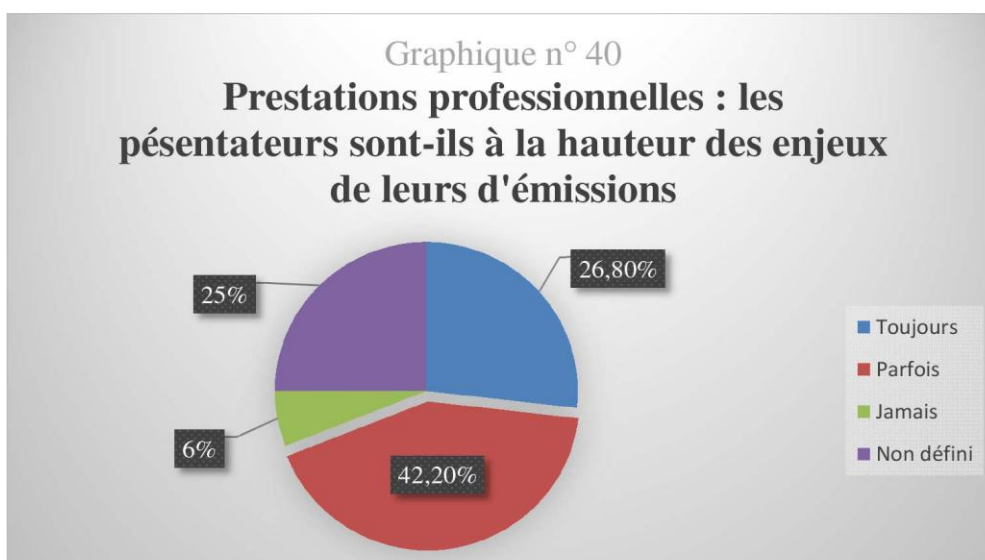
A propos de la satisfaction des usagers de Gabon Télévision, l'ajustement des données relatives à la question « Sont-ils à la hauteur des enjeux des émissions qu'ils présentent et animent ? » aboutit à ce tableau :

Tableau n° 78 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction de leur attente

Réponse	Décompte	Pourcentage
Toujours	134	26.80%
Parfois	211	42.20%
Jamais	30	6%
Sans réponse	125	25%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Sur 500 individus, 211 d'entre eux estiment que les présentateurs d'émission de Gabon Télévision sont « parfois à la hauteur des enjeux des émissions qu'ils présentent ». 30 autres trouvent qu'ils ne le sont « jamais », tandis que 134 autres individus les pensent justement « Toujours à la hauteur ». Cette hiérarchisation donne les pourcentages suivants : 42,20% pour ceux qui les trouvent « parfois à la hauteur », 6% pour ceux qui ne les y vois jamais et 26,80 pour ceux des enquêtés qui les perçoivent « toujours à la hauteur ». L'ensemble de ces données a permis de réaliser le diagramme suivant :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Ici, contrairement aux décomptes précédents, les statistiques sont clairement au désavantage des professionnels de Gabon Télévision. Une différence en pourcentage d'environ 16% s'observe en effet quand on soustrait les chiffres des enquêtés qui trouvent ces hommes de presse « Parfois à la hauteur » à ceux qui les trouvent « Toujours à la hauteur ». Autrement dit, le poids des journalistes jugés « parfois à la hauteur » dans les rédactions est non négligeable. Cet état des faits évoque les statistiques diffusées par l'Unesco et le Pnud sur la qualité du professionnalisme journalistique au Gabon et les dangers auxquels cela expose les acteurs médiatiques et les populations par rapport à la perception des médias locaux et de leurs acteurs³⁰⁴. Nous avons déjà soulevé ces questions dans les pages précédentes.

Lorsque nos calculs additionnent les statistiques des enquêtés qui pensent les présentateurs « jamais à la hauteur » à ceux qui les trouvent « parfois à la hauteur », et que l'on soustrait ce chiffre aux statistiques de ceux qui estiment les professionnels de Gabon Télévision « à la hauteur », la différence s'élève à plus de 22%. Or, dans le sondage précédent, cet écart est seulement de 8% entre les enquêtés qui voient ces présentateurs « professionnels » et ceux qui les croient « amateurs ». Cet écart est non négligeable. Il peut montrer que les enquêtés doutent du professionnalisme journalistique à Gabon Télévision, corrélativement à la maîtrise du métier de journaliste et à la conduite des émissions.

A ce propos, pour la question « Etes-vous satisfaits de chacune de leurs prestations ? », les calculs réalisés donnent les résultats suivants :

Tableau n° 79 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction de leur satisfaction

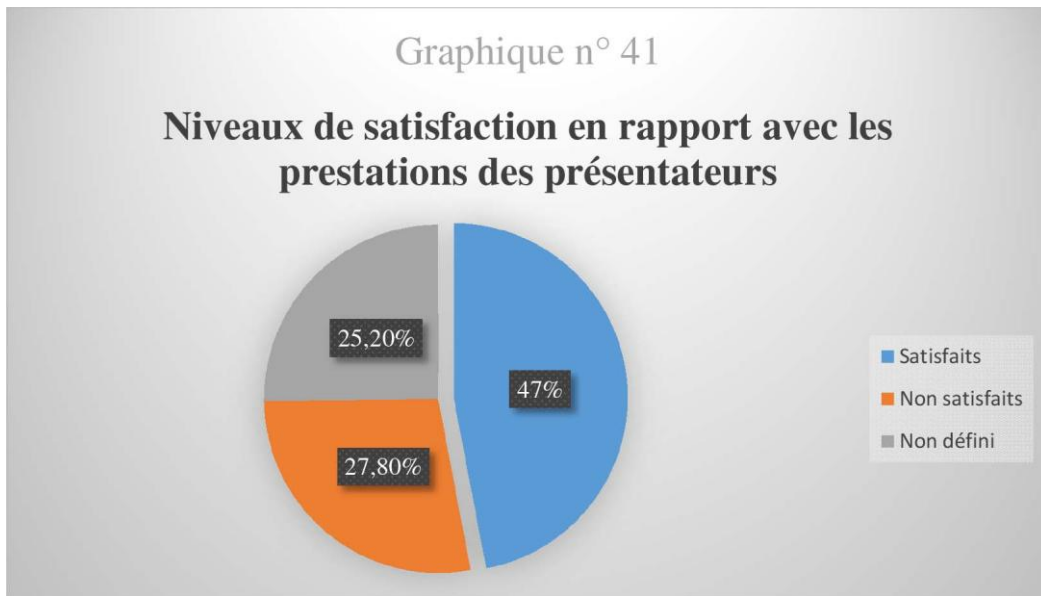
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	235	47%
Non	139	27.80%
Non défini	126	25.20%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

D'après ces nouvelles données, les enquêtés sont dans leur ensemble satisfaits des prestations des présentateurs d'émission. Ceci, à hauteur de 47%. En revanche, ils ne le

³⁰⁴ Unesco, Pnud, *Rapport d'évaluation des médias au Gabon basé sur les indicateurs de développement des médias, op. cit.*

sont pas à 27,80%, pour un taux de « sans réponse » relativement constant à 25,20%. Le diagramme ci-après représente ces données comme suit :



Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, juillet 2017.

L'intelligence de ces statistiques recommande précaution et prudence, notamment en raison du niveau de représentation assez élevé des enquêtés ne s'étant pas exprimés sur cette préoccupation. Il faut également tenir compte de la composition du corpus d'enquêtés. Pour ne nous en tenir qu'à la première réserve, nous savons déjà que le groupe d'enquêtés « non défini » est ouvertement antipathique au média. Cet état d'esprit, même s'il n'autorise pas à disqualifier ces nouvelles données, recommande au moins de ne pas en surestimer (ou en sous-estimer) la portée. Pareillement, le poids de la jeunesse – notamment les 20-30 ans – dans la production de la satisfaction collective n'est pas non plus à ignorer. Au moins, il force à relativiser ces statistiques. Tout au plus, on peut s'autoriser à les apprécier comparativement aux statistiques relatives à la prestation des journalistes. Dans ce cas de figure, il y aurait une contradiction évidente. En effet, si seulement près de 26% des professionnels de Gabon Télévision sont « à la hauteur » de leur métier, on ne s'expliquerait pas comment ce chiffre atteint plus de 47% pour la satisfaction, surtout quand il s'agit du même corpus d'enquêtés. Une explication peut être trouvée par ailleurs. En additionnant les chiffres des questions non

répondues à ceux des « insatisfaits », la balance de la satisfaction s'inverse. En effet, 53% des publics seraient alors considérés comme « peu satisfaits » ou ne le seraient pas du tout. Cette lecture ne tiendrait alors qu'à l'appréciation du comportement des enquêtés « hostiles » au média rencontrés dans le second panel de fiches renseignées.

7.4. Evaluation de la chaîne

Comme dans la partie précédente, ce dernier thème d'enquête dispose de deux questions. De même que pour les calculs exécutés plus haut, ceux qui ont été réalisés ici ont adopté les mêmes principes et règles méthodologiques.

7.4.1. Les enquêtés et le temps de formation du jugement

La première question traitée est : « Depuis quelle année regardez-vous les programmes de Gabon Télévision ? » Les statistiques sont reportées dans le tableau qui suit :

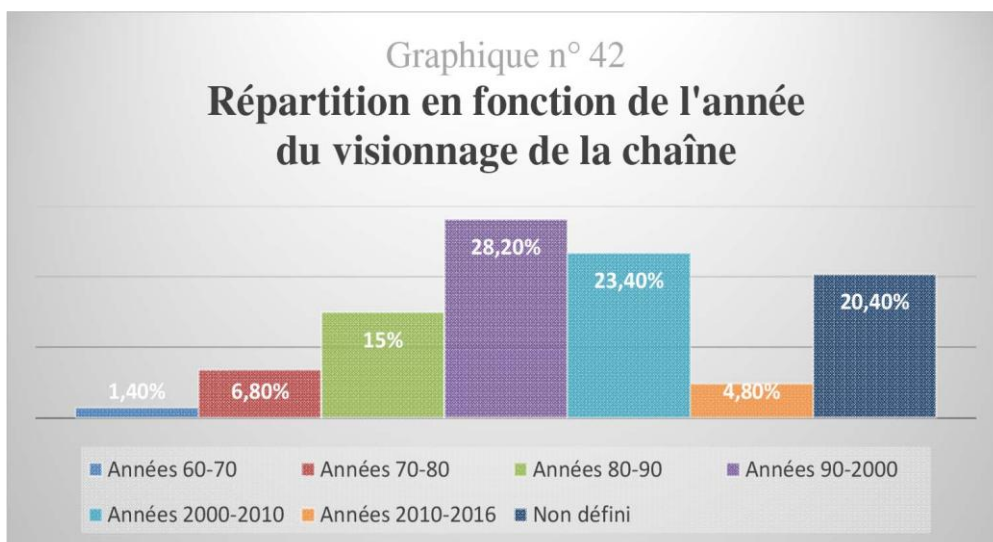
Tableau n° 80 : Le temps et la formation du jugement des enquêtés

Réponse	Décompte	Pourcentage
Années 60-70	7	1.40%
Années 70-80	34	6.80%
Années 80-90	75	15%
Années 90-2000	141	28.20%
Années 2000-2010	117	23.40%
Années 2010-2016	24	4.80%
Non défini	102	20.40
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Globalement, les enquêtés qui ont commencé à « regarder » les programmes de Gabon Télévision entre 1990 et 2000 sont les plus nombreux. Mieux, le volume des enquêtés qui ont intégré le visionnage de la télévision comme activité entre 1990 et 2016 est beaucoup plus important. Il s'estime à 282 individus, soit un pourcentage global de 56,40%.

L'ensemble des données de ce tableau est transposé dans l'histogramme ci-dessous :



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Cet histogramme permet de revenir sur les remarques suivantes. Premièrement, il confirme le poids des jeunes populations enquêtées dans le corpus. Deuxièmement, il suggère que sans « mémoire de la télévision », cette population ne peut voir la télévision qu'avec les yeux de son temps. Troisièmement, son jugement de la chaîne publique gabonaise manque nécessairement de profondeur en raison de la problématique de l'archive et de la mémoire historique et culturelle. Au Gabon, généralement c'est un objet subsidiaire. La construction du pays et l'éducation des populations se font sans tenir compte de l'histoire et/ou de la mémoire collective. Comme dans bien d'autres pays d'Afrique subsaharienne contemporaine où l'histoire des migrations internes et des résistances africaines à la colonisation française est cachée, les symboles de ces résistances rasés, voire proscrits. La mémoire orale devient une mémoire à géométrie variable, l'histoire n'étant plus qu'écrite à la gloire des puissants politiques-mécènes ou présidents fondateurs³⁰⁵. En Afrique, la nécessité de recourir aux « anciens » est pourtant proclamée en boucle par tous³⁰⁶. Au Gabon, rares sont les citoyens qui connaissent les faits de résistances de Mbombe, Nyonda Makita dit Mavouroulou, Emane Tole, etc. Les événements passés tout comme l'archive voire l'archive mémorielle relevant de questions subsidiaires, la culture acquiert désormais un

³⁰⁵ Lire Sony Labou Tansi, *La vie et demie*, Paris, Seuil, 1979 et Ahmadou Kourouma, *En attendant le vote des bêtes sauvages*, Paris, Seuil, 1998.

³⁰⁶ Hampâté Bâ contribua à affermir ce précepte depuis qu'il lança de la tribune de l'Onu son : « en Afrique, quand un vieillard meurt, c'est toute une bibliothèque qui brûle », *op. cit.*

statut d'objet décoratif, dérisoire et illusoire dans le divertissement politique et social. Elle est parfois ignorée et souvent foulée au pied à tous les étages de la société³⁰⁷.

A ce titre, et c'est notre quatrième remarque, cette statistique doit également être manipulée avec précaution et distanciation. Enfin, le poids des enquêtés « sans réponses » dans l'estimation de ces données incite par ailleurs à plus de prudence et de sagesse quant à au jugement à s'en faire. Nous retenons que l'absence de mémoire télévisuelle des jeunes publics ne favorise pas une bonne appréciation de leur part. Ceci ajouté à la dépréciation dont font preuve les plus âgés, les programmes culturels proposés de 2010 à 2016 devraient interpeler les pouvoirs publics et notamment la télévision elle-même afin qu'elle puisse prendre réellement conscience de son rôle déterminant dans la production, la programmation et la diffusion de la culture gabonaise.

7.4.2. L'évaluation des programmes de Gabon Télévision par les enquêtés

La réévaluation des statistiques acquises dans les deux premières étapes du dépouillement prend fin ici avec les estimations liées à cette ultime question du formulaire d'enquête. Pour la question : « Quelle est votre opinion de l'évolution des programmes ? » nous en exposons ces résultats :

Tableau n° 81 : Le temps et la formation du jugement des enquêtés

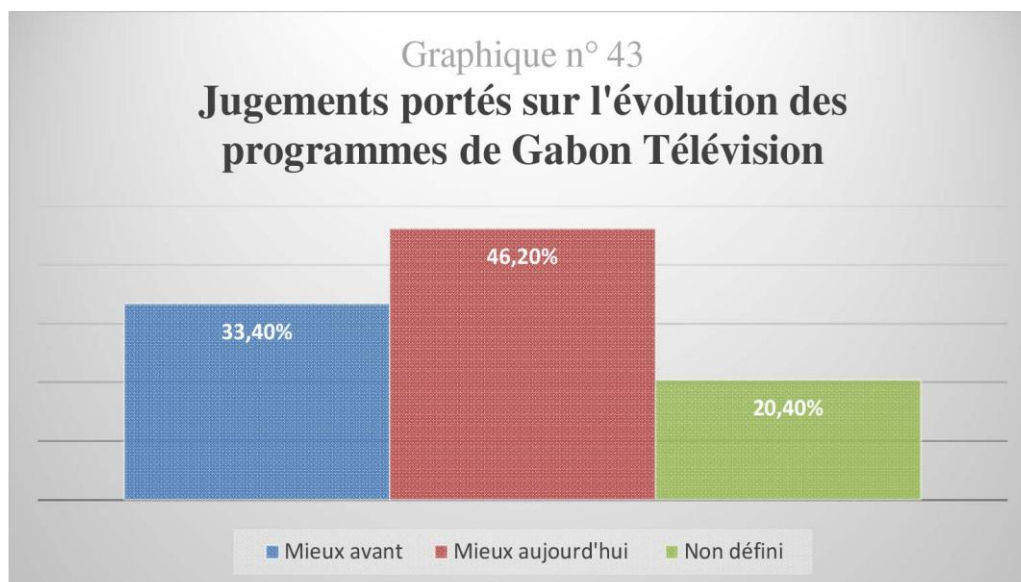
Réponse	Décompte	Pourcentage
Mieux avant	167	33.40%
Mieux aujourd'hui	231	46.20%
Non défini	102	20,40%
Total	500	100%

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Sur 500 enquêtés, 231 estiment que Gabon télévision est mieux aujourd'hui contre 167, le poids de ceux qui n'ont pas voulu répondre à la question influençant une fois de plus la construction d'un jugement objectif. Ces trois groupes d'enquêtés produisent les statistiques ci-après. « Mieux aujourd'hui » dispose d'un pourcentage de 46,20%,

³⁰⁷ Cf. Luc Ngowet, *Petites misères et grands silences. Culture et élites au Gabon*, op. cit.

« Mieux avant », 33,40% et « Non défini », 20,40%. Nous les transférons dans l'histogramme ci-dessous pour une représentation visuelle :



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Libreville juillet 2017.

Le moins que l'on puisse dire est que cet histogramme renforce les données qui précèdent et le sentiment qui s'en est dégagé. Sans tenir compte des remarques formulées antérieurement, notre dépouillement se conclurait absolument par un paradoxe ultime. Auquel cas, il faudra alors interpréter ces dernières informations en fonction d'autres paramètres, soit pour en expliquer la cohérence propre, soit pour en défendre le « point de vue ». Toutefois, au regard de ce qui a été déjà dit, il y a lieu de prendre en compte la pratique et la connaissance du terrain pour rendre « lisible » et « pertinent » non seulement ces résultats spécifiques, mais plus généralement, la totalité de l'enquête de terrain elle-même. Nous nous proposons de le faire dans la troisième partie de cette thèse dédiée à l'étude des publics médiatiques du Gabon (de Gabon Télévision).

Conclusion deuxième partie

Pensée en des termes et des représentations très simples, notre enquête de terrain s'est montrée plus complexe et redoutable à réaliser et à interpréter. Sur le terrain, il nous a parfois fallu improviser pour nous adapter aux multiples environnements culturels traversés du sud au nord du Gabon, réajuster la répartition des fiches d'enquête, comme dans la province de la Nyanga où le cas spécifique du village Pegnoundou, d'abord traversé de nuit à l'aller, puis découvert le jour au retour, ne nous a pas laissée insensible en termes de recueil d'informations. La pratique du dépouillement s'est révélé aussi un exercice complexe à appréhender puis à finaliser. Non seulement à cause de l'apprentissage et la maîtrise du logiciel *LimeSurvey*, mais aussi en raison du principal rebondissement consécutif au renseignement des données. Il nous a fallu comprendre la structure interne du corpus des fiches d'enquête informées pour admettre qu'elles ne présentaient pas toutes les mêmes caractéristiques. S'adapter à cet imprévu a recommandé de réajuster notre plan de travail afin d'en tirer le maximum de renseignements pertinents.

Au total, entre la phase automatisée du dépouillement et celle dite manuelle, nous nous sommes construit une représentation somme toute « correcte » de la perception de Gabon Télévision auprès des populations enquêtées.

D'abord, nous avons dû faire face à deux groupes d'enquêtés aux postures variables et aux attitudes parfois « extrêmes ». Dans le premier cas, les résultats acquis semblaient totalement « irréels », à tel point que la somme de « paradoxes » observés a commencé à remettre en cause la pertinence de notre démarche. Ensuite, avec le second groupe de fiches dépouillées, le sentiment s'est inversé, notamment en raison des postures exigeantes des enquêtés qui n'avaient guère souhaité terminer le renseignement des formulaires qui leur étaient soumis. Il en est résulté un niveau élevé de questions restées « non répondues ». Tout compte fait, malgré sa « psychologie », ce groupe nous apparaît comme le plus cohérent dans sa démarche globale.

Si les statistiques acquises auprès de l'un et l'autre groupe ont semblé parfois être contraires à ce qui est perçu de façon diffuse, à Libreville et dans les autres localités enquêtées, comme une « relation problématique des Gabonais avec leur chaîne nationale publique », les opinions émergeant de part et d'autre de l'enquête ont paru réfuter ce sentiment. Cette tension a été résorbée dans le réajustement que nous avons introduit à la fin de cette partie, en associant les réponses dites « complètes » avec les réponses dites « partielles ». Cette démarche a changé la physiologie statistique de nos données, rendant ainsi l'ensemble de notre quête pertinent à l'échelle de la réalité rencontrée et du vécu de terrain.

Aussi, grâce à la dernière partie qui a permis de cumuler les données statistiques, nous avons observé un rééquilibrage « quasi naturel » des chiffres. Ainsi, si notre corpus d'enquêtés s'est quelque peu montré « d'humeur variable », ce rééquilibrage fait en sorte que notre travail s'avère désormais plus proche de la « réalité perçue » en immersion et à travers le ressenti des entretiens avec les acteurs médiatiques, les personnalités publiques et les populations rencontrées. Et cela, au-delà même de nombreux paradoxes qu'il reste encore à lever. Ce travail propose donc des réflexions intéressantes quant à la connaissance objective de la réception des programmes produits et diffusés par Gabon Télévision, et en l'occurrence la réception de ses programmes culturels. Il permet par ailleurs de mieux envisager l'extension de ces analyses à l'échelle du territoire national.

Cependant, pour la suite de cette thèse, contentons-nous modestement d'esquisser ce que pourrait être la « sociologie » des téléspectateurs de Gabon Télévision. C'est l'objet de notre troisième partie.

TROISIEME PARTIE

Les paradoxes de la culture à la
télévision gabonaise. Approche
socio-sémiotique

Introduction troisième partie

Cette troisième partie consacrée à l'étude de la production et à la diffusion des contenus culturels à Gabon Télévision a pour principal objectif d'apporter des réponses aux nombreuses contradictions rencontrées en première et en seconde parties de notre thèse. Certes, ces contradictions ont été fines et moins évidentes, comme quand il s'est agi de constater le paradoxe entre ce que pensent les acteurs médiatiques et professionnels de Gabon Télévision de la culture et des contenus réellement diffusés sur les antennes du média de service public. Dans la deuxième partie, ces contradictions se sont montrées de façon évidente, massive, multiple et diverse, notamment à propos des opinions des enquêtés, de leurs attentes, mais aussi de leurs appréhensions du média public.

Notre objectif principal est donc de comprendre toutes ces contradictions à travers les relations que les publics ont construites avec le média Gabon Télévision. Dès le départ, notre intention d'étudier la diffusion de la culture dans ce média a clairement identifié la problématique communicationnelle de notre réflexion. En effet, la production et la diffusion des contenus télévisés en général, et des contenus culturels en particulier sont, d'une part, conditionnées par un ensemble de questions d'ordre professionnel (le cadre de travail), journalistique (les pratiques) et technologique (les outils et les supports) ; et d'autre part, par l'/les habitude(s) construite(s) par les usagers de la télévision, en fonction de leurs cultures, savoirs et connaissances, mais aussi, en fonction de leur environnement.

Deux groupes de personnes ont été constituées. Les personnalités publiques, les acteurs médiatiques et les professionnels de la communication en service à Gabon Télévision et ailleurs forment le premier groupe. C'est dans celui-ci que se trouvent les émetteurs (acteurs médiatiques et média). Notre corpus d'enquêtés (populations) compose le second groupe. Il est constitué de récepteurs, en somme des usagers de Gabon Télévision et d'autres médias de masse disponibles au Gabon.

Dans la tradition critique en SIC, ces deux pôles de la communication sont différemment pris en compte par différents auteurs en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC). Dans leurs publications, ils s'emploient à décrire diverses approches sociologiques des médias ou des publics, voire des téléspectateurs. Ces auteurs indiquent aussi les grandes tendances de la théorie sociologique des médias. Leurs théories, concepts et méthodologies nous permettent aujourd'hui de comprendre ce à quoi renvoie la théorie sociologique des médias en SIC. Une lecture des ouvrages : *La télévision et ses téléspectateurs*³⁰⁸, *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*³⁰⁹, *Sociologie des publics*³¹⁰, *Les espaces de communication*³¹¹, ainsi que l'article « Sociologie des médias de masse » publié par Jean-Samuel Beuscart et Sylvain Parasio³¹² démontrent alors la complexité théorique d'une étude sociologique du téléspectateur, tant les méthodes et les concepts sont divers, contradictoires et parfois inconciliables. En tenant compte des propositions de ces ouvrages, nous voulons établir une « sociologie » des publics de Gabon Télévision en mettant en place une approche de la réception fondée par le contenu de notre dépouillement, et en partie inspirée par les propositions de Jean-Pierre Esquenazi. Dans cette perspective, relever les paradoxes et contradictions rencontrés dans les parties antérieures consistera à y répondre indirectement, précisément en tenant compte du contexte social et politique gabonais qui a plus ou moins façonné le téléspectateur et ses besoins en communication. Ce paramètre nous paraît aussi important pour appréhender notre analyse sociologique des médias déterminée par le cadre institutionnel et politique, plutôt que par les médias eux-mêmes à travers leur capacité à influencer la société (influences indirectes comme l'a montré la théorie des « effets limités » de l'école de Columbia au milieu du XX^e siècle). Ainsi se dessine une logique des pouvoirs limités des médias publics, et en particulier de Gabon Télévision qui ne peut, malgré la très petite taille de la population gabonaise, prétendre avoir une position de média le plus suivi par les Gabonais, eu égard à son statut de seul média public dans le marché national de « l'information-communication ».

³⁰⁸ Jean-Pierre Esquenazi (dir.), *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, L'Harmattan, 1995.

³⁰⁹ Serge Proulx (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998.

³¹⁰ Jean-Pierre Esquenazi, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2009.

³¹¹ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, 2011.

³¹² Jean-Samuel Beuscart, Sylvain Parasio, « Sociologie des médias de masse », in Christine Leteinturier, Rémy Le Champion (dir.), *Médias, information et communication*, Paris, Ellipses, 2009, p. 89-103.

Dans le cadre de cette thèse, nous devons aborder de façon directe le traitement des comportements des enquêtés-télespectateurs ainsi que des personnalités interviewées en tenant compte de la valeur accordée, de ce côté de la « masse », au contenu et par conséquent à la réception. Pour ce faire, nous nous proposons d'abord de décrire le cadre méthodologique à partir duquel notre réflexion sur la « sociologie » des publics gabonais devra se construire. Ensuite, nous verrons ce qu'est la culture pour les publics enquêtés et interviewés afin d'établir leurs attentes et les manquements qui sédimentent l'incommunication entre émetteur et récepteurs (Gabon Télévision et ses publics). Enfin, nous consacrerons les deux derniers chapitres à la « sociologie » des publics proprement dite. Ceci, en tenant compte, d'une part des représentations et/ou des idéalizations de la culture comme données pertinentes pour comprendre les rapports des publics-consommateurs d'informations à leur média, et d'autre part, les logiques de discriminations sociologiques à l'œuvre dans leurs réceptions à travers les contenus médiatiques. Pour autant, la réflexion sociologique classique sur les médias ne sera pas ignorée, puisqu'elle nous offrira les fondements théoriques de notre approche et des outils majeurs à la classification et à la différenciation des publics.

Chapitre VIII.

Les émissions culturelles et les publics : l'émergence d'un écart pragmatique

En guise d'introduction à ce chapitre, on peut se poser la question suivante : qu'est-ce qu'une télévision publique nationale ? Quel est son rôle à l'échelle de la Nation ? Quels sont ses publics cibles ? Est-elle appelée à fonctionner comme les autres chaînes de télévision et notamment les chaînes de télévision privées ? Son objectif est-il d'ancrer la Nation dans la conscience populaire pour ainsi créer une « communauté invisible »³¹³ de téléspectateurs censée déconstruire le monde pour le ré-construire *via* l'écran « réchauffé »³¹⁴ de la Télévision ? Est-il de renforcer « une légitimité émotionnelle »³¹⁵ qui fonde l'appartenance à la Nation ?

Partir d'un tel questionnement nous permet d'aborder l'analyse, en termes d'herméneutique, les résultats de notre enquête. Car, faut-il le rappeler, pour le Gabonais et singulièrement pour le corpus de personnes enquêtées, la télévision

³¹³ Michel Gheude, « La réunion invisible : du mode d'existence des téléspectateurs », in Serge Proulx (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur reconstruit par les sciences sociales*, op. cit., p. 167-168.

³¹⁴ Voir Yves de la Haye, *Journalisme, mode d'emploi : des manières d'écrire l'actualité*, L'Harmattan, Paris, 2005.

³¹⁵ *Idem*, p. 182.

gabonaise s'inscrit dans la marche historique du développement social, économique et politique du pays, notamment à travers le rapprochement entre le « nouvel Etat », ses institutions et le citoyen. C'est du moins ce qu'a pu laisser croire le message de Léon Mba à la Nation gabonaise, lors de l'inauguration de l'ancêtre de Gabon Télévision, la Radio Télévision Gabonaise (RTG).

8.1. La réception de Gabon Télévision par ses publics : enjeux et problématiques

Pour certains auteurs, et notamment pour Michel Souchon, le rôle de la télévision publique nationale ne peut se percevoir si ce rôle est dénué de toute « fonction référentielle ». En se référant aux travaux de Roman Jakobson, Il écrit : « [...] lorsque le contact est assuré, on veut d'abord faire passer le message, faire passer un contenu, donner les nouvelles du monde : c'est la fonction référentielle du langage qui est dominante »³¹⁶. Autrement dit, la Télévision parle à partir d'un centre de référence qui l'identifie à un espace-temps où elle voit le monde pour lui parler de sa représentation de ce monde perçu depuis une œillère forcément subjective et/ou intéressée. La Télévision produit donc des sémantismes qu'elle affecte à ce monde à partir de son propre métalangage ; c'est-à-dire ses références et ses référents ; en sommes les concepts, les discours et les pratiques qu'elle a façonnés pour se constituer une identité socioprofessionnelle. Dans l'interrogation qui suit, Michel Souchon en reprenant à son compte cette problématique identitaire et sociologique, s'interroge en prenant bien soin de répondre à sa propre question : « Un des rôles de la télévision publique ne serait-il pas de défendre un exercice différent de la télévision où la fonction référentielle reprendrait place ? [...] dans la diversité des attentes des spectateurs il y a le désir d'apprendre et de comprendre, [...] la télévision s'adresse aussi à l'intelligence [...] »³¹⁷. Si on s'en tient à cette revendication d'un praticien des médias en Occident, on peut mieux mesurer l'enjeu pour les médias africains dont les pays sont indépendants depuis à peine plus d'un siècle, et dont les problèmes d'éducation, d'ignorance ou de violation de droit de l'homme, des libertés individuelles³¹⁸, de la liberté de la presse³¹⁹,

³¹⁶ Michel Souchon, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », in Serge Proulx (dir.), *op. cit.*, p. 64.

³¹⁷ *Ibidem*.

³¹⁸ Anges Kevin Nzigou, *Je plaide constitutionnel*, Saint-Maur-des-Fossés, Jets d'Encre, 2014.

³¹⁹ La HAC, la Haute Autorité de la Communication, organe de régulation de la communication au Gabon qui a succédé au Conseil National de la Communication (CNC), pour la première fois de l'histoire, a

d'analphabétisme, d'illettrisme et de pauvreté³²⁰ sont des équations à résoudre au quotidien par les populations. Dans ce contexte, quel sens donner à l'existence de la télévision en tant que diffuseur de contenus (culturels) ? Quelle(s) valeur(s) insérer dans ceux-ci et leur programmation si tant est que toute programmation devrait être capable de jouer un rôle essentiel pour les supports de contenus pensés et organisés autour de la « construction médiatique de la Nation » ? En d'autres termes, les télévisions publiques nationales doivent-elles renoncer à la structuration d'une « profonde légitimité émotionnelle » traversant le corps des publics invisibles se construisant avec elle, pour ainsi céder le pas au marketing de « l'émotion et de la sensation » que promeuvent les « néo-télévisions » ? Devraient-elles au contraire réinterroger le sens de leurs actions afin de répondre à des besoins plus spécifiques dans un contexte où la planète, au regard des *logiques sociales*³²¹ de la communication, est entrée dans une ère d'information-spectacle tendant à imposer au monde l'émergence de citoyenneté universelle à multiples facettes³²² ? Cet enjeu paraît colossal pour les télévisions publiques africaines, et notamment pour Gabon Télévision. Car les résultats du dépouillement auxquels on vient d'accéder permettent d'en réinterroger, avec une certaine méthodologie la réception, de sorte qu'on puisse établir, *in fine*, une sorte d'« herméneutique sociale » voire sociologique de la télévision nationale gabonaise perçue du côté des « masses populaires ».

suspendu un média étranger logé par le bouquet numérique Canal + Afrique en août 2018. La suspension de France 2 pour « atteinte aux institutions de la République, à la dignité d'autrui de nature à troubler l'ordre public » été prononcée après que le média a diffusé un le documentaire : « Le clan Bongo, une histoire française », à la veille du 17 août, date de la commémoration de la fête de l'indépendance nationale. Cette suspension a été accompagnée de celle plus rituelle d'un journal dit de l'opposition : *Echos du nord* qui avait rendu public l'achat par le Vice-président de la République gabonaise en Europe de voitures de luxe de marque Bentley pour un montant de plus de 916 030 534,35euros, alors que le pays traverse une crise politique et économique la plus rude de son histoire. Lire : « Gabon : la diffusion de France 2 suspendu un an », le Parisien en ligne du 24 août 2018. Consultée le 28 août 2018.

³²⁰ Laurence Ndong, *Gabon. Pourquoi j'accuse...*, Paris, L'Harmattan, 2016.

³²¹ Bernard Miège, *op.cit.*

³²² John Clarke, « Parler de citoyenneté : discours gouvernementaux et vernaculaires », *Anthropologie et Sociétés*, 33, 2, 2009, p. 43-62.

8.1.1. Méthodologie et interprétation des données statistiques : principes de base

Comprendre le sens des statistiques générées par notre enquête de terrain implique la formulation d'une exigence forte : toute statistique n'a de sens que par rapport au terrain. Plus précisément, sans la réalité sociale et sociologique qui la conditionne, il est vain d'espérer faire science, si ce n'est que produire des sémantismes à vocation heuristique, mais de fait, sans rapports concrets avec le(s) phénomène(s) étudié(s) et ses/leurs significations.

Conscient de cette dimension propre à l'usage des sciences sociales, Serge Proulx écrit : « Les recherches sur les usages des médias en de multiples contextes de réception ont proliféré depuis une quinzaine d'années. Pourtant, les chercheurs font face encore à de nombreuses difficultés – d'ordre méthodologique et épistémologique – lorsque vient le temps de mettre en place une stratégie d'observation et des modèles d'analyse satisfaisants pour s'approcher de ces phénomènes de réception »³²³. S'il n'est plus question ici d'énoncer le « design de notre dispositif d'enquête », et au reste, de revenir sur la place ou le « rôle » de l'observatrice dans ce schéma, force est au moins de reconnaître qu'en amont ou en aval de tout agencement heuristique persiste la question du modèle à partir duquel se construit la perception scientifique d'un objet, tout comme persiste la méthodologie à partir de laquelle réorganiser sa reconstruction épistémologique, celui-ci n'allant pas nécessairement de pair avec celles-là. Si le « point de vue crée l'objet »³²⁴, il n'en donne pas nécessairement la configuration complète, la structure complexe et les moyens de saisir simultanément cette complexité et la surface de ses représentations. Et par conséquent, le point de vue expose toujours à quelques incomplétudes dont la science se nourrit pour s'éprouver, se dépasser en se transcendant en quelque sorte. Il en est ainsi, en sciences sociales des épistémologies de la réception, depuis l'école de Columbia jusqu'à leurs configurations actuelles³²⁵.

Autrement dit, les parties antérieures de notre thèse n'ont fait que décrire le cadre général de notre méthodologie d'enquête. Par ce fait, celle-ci ne nous dispose pas en effet à interpréter rigoureusement les résultats. Ainsi nous proposons-nous d'abord de compléter son architecture épistémologique en parachevant le cadre heuristique grâce

³²³ Serge Proulx (dir), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 10.

³²⁴ Ferdinand de Saussure, *Cours de linguistique générale*, Genève, Arbre d'Or, 2005.

³²⁵ Jean-Samuel Beuscart, Sylvain Parasie, « Sociologie des médias de masse », *op. cit.*

auquel nous allons parvenir à interpréter logiquement les données statistiques. Pour ce faire, nous allons d'abord décrire dans quelle logique se déploient les approches de la réception pour ensuite exposer la manière dont nous comptons procéder à l'interprétation de ces données. En nous pourvoyant « un » cadre herméneutique rigoureux, nous voudrions organiser le niveau d'objectivité dans lequel se déploieront nos interprétations.

8.1.2. La réception : une construction des sciences sociales en mobilité constante

Toute herméneutique n'est possible que si elle se donne des outils analytiques et surtout un point de vue à défendre. Dans le cadre de notre thèse, ce point de vue est bâti sur la base de deux hypothèses bien connues en sciences sociales : d'une part l'idée que se fait le chercheur des significations sociales perçues, et d'autre part, la méthodologie qui les explicite en les rendant « objectives » pour la communauté scientifique à laquelle il appartient. C'est ce dualisme qui a permis l'existence de ces sciences et leurs évolutions paradigmatiques diverses ; d'abord aux Etats-Unis où les études sociologiques de la réception connurent leurs premières formes de constructions, grâce aux recherches de Paul Lazarsfeld, E. Katz et R. K. Merton. En France, elles se développeront différemment beaucoup plus tard, dans une optique où les relations fonctionnelles entre médias et publics sont substituées par des préoccupations centrées davantage sur la manière dont est conçue la notion de « *public* », « autrement dit, sur la dimension collective de la réception et sur les liens entre producteurs et récepteurs ». Ainsi les recherches s'intéresseront-elles avec « une attention particulière à la façon dont le dispositif médiatique construit un sens du public entre les auditeurs ou les téléspectateurs »³²⁶. Entre ces deux tendances, d'autres pratiques en matière d'études sur la réception ont émergé, notamment au Royaume Uni, dans l'université de Birmingham. Notre projet n'est pas d'établir une recension générale de la « sociologie » de la réception qui en expose les pratiques, les concepts majeurs et les méthodologies. Moins ambitieuse, notre démarche ici et maintenant consiste simplement à établir le lien logique qui nous permettra d'en arriver à notre propre compréhension du phénomène de réception des programmes culturels dans le contexte sociologique gabonais afin de mieux apprécier les résultats de notre enquête de terrain.

³²⁶ Jean-Samuel Beuscart, Sylvain Parasio, « Sociologie des médias de masse », *op. cit.*, p. 98.

8.1.2.1. L'usage de la télévision et ses gratifications

La théorie des « Usages et gratification » s'affirme dans les années 1980 sous l'impulsion des chercheurs de l'université de Birmingham. Elle se montre comme une alternative à la perception fonctionnelle des textes médiatiques. En admettant que la communication est fondée sur l'interaction entre émetteur et récepteur, ces deux acteurs sont en réalité des sujets contractuels autour de divers projets communicationnels, qu'il s'agisse des discours télévisés encodés, programmés pour rendre compte d'une certaine réalité du monde, ou qu'il s'agisse d'autres contenus, qui du reste n'échappent pas à cette doxa. Le pôle récepteur se voit ainsi doté d'une subjectivité autonome le rendant « maître » de ses usages médiatiques en fonction de la satisfaction qu'il en tire. Pour Serge Proulx et Delphine Maillet, « la problématique des usages et gratifications supposait que les messages médiatiques devaient être considérés comme des « boîtes noires » : on se préoccupait de l'amont (les contraintes des conditions industrielles et/ou des politiques gouvernementales agissant sur la production de l'offre de programmation) et de l'aval (les besoins sociaux comblés par les usages, les gratifications obtenues à la consommation des messages) »³²⁷. Les deux auteurs ajoutent : « chaque consommateur pourrait ainsi trouver dans l'usage qu'il « sélectionnait », satisfactions psychologiques qu'il recherchait consciemment ou inconsciemment pour combler ses besoins les plus profonds : besoin d'évasion, besoin de réassurance dans ses convictions, besoin d'information pour satisfaire un désir de mobilité sociale »³²⁸.

Quoiqu'il en soit, la théorie des « usages et gratifications » marque un tournant décisif en communication, surtout en Europe où elle enfantera de nombreuses dérivées.

³²⁷ Serge Proulx, Delphine Maillet, « La construction ethnographique des publics de télévision », in *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales, op. cit.*, p. 124.

³²⁸ *Idem.*

8.1.2.2. Le pauvre, sa culture, les textes médiatiques et les méthodologies d'analyse sociologique des médias

Dans le cadre de cette brève recension sur quelques théories et concepts de la « sociologie » de la réception, on ne peut pas ne pas faire référence aux *Cultural studies* nés en Grande Bretagne puis développés simultanément aux Etats-Unis. Les études de la réception s'intéressent aux regards portés par les groupes dominés par les médias, non pas nécessairement en termes de consommation de leurs contenus, mais surtout à la manière dont ces groupes se construisent ou se reconstruisent face aux textes-discours médiatiques³²⁹. Cette posture théorique a connu diverses extensions, notamment avec Stuart Hall pour qui, dans ce cadre strict, « le public met en œuvre un « code » pour interpréter le message, et ce code n'est pas nécessairement convergent avec celui de l'émetteur ; les messages peuvent être ainsi retravaillés par des codes différents voire opposés de ceux de l'émetteur »³³⁰. Cette position théorique déplace ainsi le monopole du pouvoir de l'émetteur vers le récepteur et autorise ce dernier à ne plus être qu'un consommateur de contenus, critique ou distancié devant lequel la télévision ne peut plus prétendre proposer des opinions toutes faites parce que préalablement « fabriquées ». C'est dans cette perspective qu'il faut préciser le positionnement méthodologique de certains chercheurs.

Ainsi, en se plaçant du côté des masses, Stuart Hall propose-t-il de réorienter les études de la réception vers la réinterprétation par le récepteur des discours médiatiques désormais posés comme *textes*, et celui-ci comme *lecteur*. Le chercheur s'emploie alors « à étudier les stratégies de décodage des messages médiatiques à l'œuvre au moment de la réception, de manière à pouvoir les comparer aux significations que souhaitent transmettre les producteurs de ces messages au moment de l'encodage »³³¹. C'est le « virage sémantique » des études en « sociologie » de la réception. Il « libère le modèle des usages et gratifications de son psychologisme »³³², amenant ainsi à problématiser différemment les contraintes de la production du côté de l'encodage et/ou de l'émetteur. Au-delà de cette dimension purement « pragmatique » liée à tout processus de communication, il faut voir dans cette posture méthodologique l'éveil d'une approche

³²⁹ Jean-Samuel Beuscart, Sylvain Parasio, *op. cit.*, p. 97.

³³⁰ *Idem.*

³³¹ Serge Proulx, Delphine Maillet, « La construction ethnographique des publics de télévision », in *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, *op. cit.*, p. 126

³³² *Idem*, p. 127.

novatrice en la « sociologie » de la réception. Pour une fois, l'univers sémiotique et/ou sémantique du récepteur entre dans le champ des études comme préoccupation essentielle, horizon épistémologique fondamental à construire, et à partir desquels vont se déployer de nombreuses recherches sur le public, le téléspectateur, indépendamment des préoccupations qui ont forgé les concepts et méthodes de la « sociologie » de la réception du départ.

En ce qui concerne cette recherche, la culture est premièrement anthropologique (voire communautaire comme nous l'avons souligné plus haut. Et le pauvre est celui qui est financièrement démuné, qui n'a donc pas accès au livre, au cinéma, au théâtre, etc. Donc la culture du pauvre se résume à ce que la télévision lui propose et à son accès aux différents de sa culture propre, c'est-à-dire sa langue, son art musical (folklores), ses rites et croyances (Bwiti, Ndjobi, Ilombo, etc.), sa pharmacopée, etc.

8.1.2.3. Le public : une préoccupation « obsédante » des sciences sociales contemporaines

Les études sur la réception des médias vont prendre des chemins divers. Ceux qui nous intéressent sont ceux qui mènent à la problématique de la construction du public par les sciences sociales. Là aussi, cette problématique n'est pas homogène, puisqu'elle ouvre sur de multiples objets. Etant donné que notre thèse se concentre sur la télévision publique nationale et sur la réception de ses contenus culturels, nous nous contenterons de nous focaliser sur deux points essentiels pour la suite de ce chapitre : d'une part l'appréhension de la notion de public et d'autre part, son rapport à la consommation des contenus médiatiques (culturels).

La notion de public a été, ces dernières années, abondamment questionnée. En France, elle a fait l'objet de multiples publications équivalentes et parfois contradictoires tant la notion, pourtant si simple d'aspect, semble complexe à approcher. Elle tend même à se confondre avec d'autres notions comme celle de « téléspectateur ». Ou alors, elle peut même entretenir une certaine ambiguïté avec elles, lorsque par exemple on écrit « téléspectateur » indifféremment au singulier ou au pluriel sans préciser les nuances sémantiques que ces différentes transcriptions peuvent recouvrir.

Dans les ouvrages de méthodologies rassemblés pour produire cette partie, et qui ont été annoncés dès son introduction, le traitement sociologique de la notion de public est divers et multiforme. A défaut d'en rendre compte, on peut au moins en remonter les origines. Dès son apparition, cette notion a fait l'objet de plusieurs représentations ou constructions. Analysée sous l'angle du terrain par Serge Proulx et Delphine Maillet, sa construction ethnographique par les chercheurs nord-américains et sa reconstruction aboutissent à un seul objectif : comprendre les comportements de réception des groupes sociaux en contact avec les médias télévisuels. Les deux chercheurs concluent sur une double idée. D'une part : « L'adoption d'une démarche de recherche centrée sur la réception – donc ouverte sur la variabilité des décodages entre les sujets interviewés – place le chercheur devant sa propre grille de lecture des textes télévisuels sous observation : s'il est le moins sensible aux problématiques interculturelles et s'il n'est pas élitiste, il se verra obligé d'admettre que sa lecture n'est pas nécessairement la « meilleure », que la « vérité » d'un message se trouve sans doute dans les interstices entre les diverses lectures en provenance des observés autant que des observateurs »³³³. D'autre part : « Au niveau épistémologique, nous croyons que le choix du dispositif méthodologique de collecte des données par le chercheur influe sur le processus de construction du discours de l'utilisateur observé. [...] Finalement, au niveau de la conception implicite du processus de communication véhiculée par les problématiques de la réception, disons tout de suite que le choix même de l'appellation « réception » pour catégoriser l'approche de recherche suppose l'adhésion implicite au modèle canonique de Shannon-Weaver articulé autour de la triade émetteur – message – récepteur »³³⁴.

Nous sommes ici au cœur d'un relativisme méthodologique qui a le mérite d'explicitier en quoi réside la complexité liée à l'objet « public », et par conséquent à l'objet « réception ». Dans ce contexte, l'angle méthodologique constitue une clé essentielle pour asseoir une lecture possible « en provenance des observés autant que » de l'observateur, sur la base des mécanismes sémiotiques présumés par la situation pragmatique de la communication »³³⁵. C'est pourquoi, plutôt que de procéder à une

³³³ Serge Proulx, Delphine Maillet, *op. cit.*, p. 156.

³³⁴ *Ibidem*, p. 156-157.

³³⁵ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, PUG, 2011.

recension des théories du « public », nous abordons cette dernière problématique suivant les « intuitions » épistémologiques de Serge Proulx selon lesquelles le public-télespectateur est une construction des sciences sociales. Son « accusé de réception » signerait ainsi, à l'intention de la télévision, la mise sur mêmes longueurs d'ondes du récepteur et de l'émetteur quant au contenu, à la valeur et la pertinence communicationnelle des messages échangés.

8.1.2.4. Le public réinterprété : réception et appropriation des contenus médiatiques (culturels)

Les TIC et les médias numériques ont redéfini les rapports des « personnes réelles »³³⁶ aux médias traditionnels. La concurrence qui s'est emparée du marché de l'information, de la production et des contenus culturels s'étant étendue sur la plupart de supports de diffusion débouche sur une offre de programmation plus accrue, plus ciblée, le consommateur des médias se trouvant désormais systématiquement pris en compte par les professionnels de la presse, et notamment de la presse audiovisuelle, à des fins de valorisations économiques de leurs outils de production. C'est dans ce contexte de transformation mondiale des rapports des individus aux médias qu'il faut recentrer l'analyse et la compréhension des comportements des enquêtés des quatre provinces que nous avons parcourues au Gabon. C'est aussi dans cette perspective qu'il faut admettre que « les sujets récepteurs existent dans les faits, et pas seulement de manière virtuelle à travers les simulations statistiques produites par les mesures d'audience ou dans les discours des essayistes sociaux critiquant les comportements erratiques des masses silencieuses et apolitiques »³³⁷.

Dans la démarche qui est la nôtre, on ne s'est jamais davantage préoccupé de la mesure de l'audience de Gabon Télévision dans nos provinces cibles, pas plus qu'on ne s'est jamais intéressé à identifier le public ou le téléspectateur de cette de télévision publique. Notre quête est de comprendre le lien présumé noué par ce média avec les téléspectateurs gabonais répartis sur une portion du territoire national, autour de la problématique de la production et de la diffusion de la culture. Ce qui est donc en jeu ici, c'est un double « procès de signification » engendré du point de vue de la production et de la programmation des contenus, mais aussi du point de vue de la

³³⁶ Serge Proulx, Delphine Maillet, *idem*, p. 122.

³³⁷ Serge Proulx, Delphine Maillet, *op. cit.*, p. 122.

réception. En se plaçant donc du « côté des masses » informes et infigurables des « personnes réelles » à qui sont destinés les programmes culturels, on tente ainsi de reconstruire les significations des réceptions médiatiques à partir d'un public empiriquement constitué afin de comprendre ses pratiques de consommation télévisuelle, aussi bien en termes d'usages qu'en terme d'identification au média public. Cela suppose aussi que l'on admette qu'à l'heure de « *l'explosion de la communication* » due aux technologies numériques en Afrique et au Gabon en particulier, on interroge implicitement la problématique des comportements et des usages du public de Gabon Télévision. Peuvent-ils permettre de formuler l'idée d'une « autonomie relative vis-à-vis de l'offre de programmation »³³⁸ de ce média, sachant que le Gabon a vécu pendant près de deux quarts de siècle de violences privatives de libertés sous le parti unique, c'est-à-dire dans la privation absolue d'identité nationale et subjective, et que le retour à la démocratie multipartite n'a restauré l'initiative personnelle que dans le cadre très contrôlé de l'action politique, aussi bien dans le parti majoritaire que dans les partis de l'opposition ?

Mais d'abord qui est le public de Gabon Télévision ? Qu'est-ce donc le public ? Comme nous l'avons plus ou moins implicitement suggéré, la notion de « public » est souvent analysée d'un double point de vue. D'une part, du point de vue des producteurs d'informations et de contenus, donc des médias, et d'autre part, du point de vue des consommateurs d'information.

Dans le premier cas, la notion de public dérive d'une conception quantitative qui la réduit à la problématique de l'auditoire ou de l'audience médiatique, c'est-à-dire au sondage lié à l'écoute de la télévision ; en un mot, à la médiamétrie. Dans « La mesure industrielle des auditoires »³³⁹ et « Les recherches sur l'audience et la programmation »³⁴⁰, Gérard Malo, Luc Girou et Michel Souchon expliquent comment les industries des contenus de masse se sont lentement, mais sûrement orientées vers une maîtrise de leurs actions, contribuant de cette manière à l'élaboration d'une économie des médias en rapport avec la production, la diffusion et la consommation des contenus médiatiques, en leur sens le plus large (informations de *flow* et de *stock*). Dans

³³⁸ *Idem*, p. 123.

³³⁹ Gérard Malo, Luc Giroux, « La mesure industrielle des auditoires », in Serge Proulx (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, op. cit., p. 15-46.

³⁴⁰ Michel Souchon, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », op. cit.

cette perspective, Gérard Malo et Luc Giroux écrivent : « le véritable enjeu de la mesure dans sa capacité de rendre compte de la multiplicité des médias qui convergent vers une unification des supports et celle de décrire les usages individuels et sociaux nouveaux. Ces derniers seront différents dans le nouveau contexte médiatique mais, déjà, ils sont diversifiés par les modes de vie, les cloisonnements socioculturels et les multiples formes d'individuation »³⁴¹.

Apparaît dans cette description une première approche de l'idée de ce que les industriels de la communication entendent par public : une logique classificatoire des consommateurs, de contenus médiatiques en fonction des usages, des « cloisonnements socioculturels », etc. Ici, on est face à un public reconstruit pour les besoins de l'économie médiatique. C'est un public segmenté, virtuel, que Jean Pierre Esquenazi pourrait désigner par « téléspectateur institutionnel »³⁴². Qu'en est-il véritablement ?

Dans sa définition du concept, le chercheur compose par fragments discursifs la figure de ce personnage-consommateur idéal forgé par l'industrie des médias, en général, et par la télévision en particulier. D'abord, il précise : « La société devient alors une société langagière, au sens où il existe un univers du discours qui transcende l'ordre spécifique de la société. Le langage, en s'institutionnalisant, se constitue en médiateur social : chacun, quand il s'exprime, se réfère à l'ordre social du discours »³⁴³. Ensuite, Esquenazi affirme : « Le téléspectateur institutionnel médiatise la rencontre de l'institution et des individus »³⁴⁴. Puis il en déduit la conclusion suivante : « En d'autres termes, tout acte de parole institutionnel pose en face de lui un interlocuteur capable d'apprécier cette parole parce qu'il a intériorisé le cadre discursif qui sert de fondement à ces actes de parole. [...] Caractériser l'institution, c'est donc en définitive faire un portrait : le modèle est cet interlocuteur fictif auquel l'institution s'adresse, et dont elle suppose qu'il possède le fond normatif de son discours. De ce point de vue, on peut dire que l'institution est créatrice de sujets sociaux »³⁴⁵. Le public vu par l'institution est donc une « fiction » « imaginée » pour les besoins d'une programmation supposée atteindre « les individus faits de chair et de sang qui sont les interlocuteurs vrais de

³⁴¹ Gérard Malo, Luc Giroux, *op. cit.*, p. 45.

³⁴² Jean-Pierre Esquenazi, « Le téléspectateur institutionnel », in Jean-Pierre Esquenazi (dir.), *La télévision et ses téléspectateurs*, *op. cit.*, p. 203-216.

³⁴³ *Idem*, p. 204.

³⁴⁴ *Ibidem*, p. 203.

³⁴⁵ *Ibidem*, p. 205.

l'institution, même si l'idéal de l'institution est sans doute l'identification de chacun de ses interlocuteurs vrais, empiriques, avec l'interlocuteur institutionnel »³⁴⁶. Dans les faits, les stratégies de modélisation du public comportent une limite essentielle, celle de ne servir que leurs propres modèles³⁴⁷.

Pour le téléspectateur vrai, pour le téléspectateur empirique, les choses sont bien plus complexes parce que sans doute résultant de la complexité de la vie, de la réalité sociale, sociologique, de l'économie et de l'action politique. Réalité dont les textes de la télévision, en poursuivant leurs propres logiques, participent à construire en contribuant au façonnage des personnalités et subjectivités individuelles et collectives et de la psychologie de ses subjectivités, etc. A leur tour, ses subjectivités déterminent leurs relations à l'univers général des médias, et donc à leur réception. C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre les écrits de Michel Gheude, lorsqu'il affirme que : « La télévision est un outil d'intégration. Par elle, je m'insère dans la communauté, j'en fais partie, j'y participe. Je ne la regarde plus de l'extérieur comme un objet. Je participe à sa vie, à ses rites, à ses idées »³⁴⁸. Il ajoute que : « La télévision n'est plus seulement une réunion, elle est le moyen d'une constitution. La télévision est un participe présent. Par elle, le groupe non seulement se regarde mais se forme et se transforme. Il faut entendre par là que l'image télévisuelle comme lieu de réunion n'est pas qu'un moyen d'information, mais un espace possible de la transformation politique »³⁴⁹. Ce propos est d'une portée théorique générale. Il s'applique à la logique à l'interaction entre producteurs et récepteurs de contenus. Cela veut dire qu'elle est dépendante de la capacité des uns et des autres à déterminer correctement les besoins et les usages en fonction des attentes réelles et présupposées. Soit de façon empirique comme souvent en Afrique, soit après des études qualitatives, comme souvent sous d'autres cieux. Au Gabon, compte tenu de ce qui précède, le propos de Michel Gheude entre en contradiction frontale avec son postulat. De toute évidence, Gabon Télévision n'est pas un outil d'intégration, au regard de sa programmation (culturelle) et des résultats de l'enquête de terrain. En effet, elle se constitue en objet distancié (vu de l'extérieur par le

³⁴⁶ *Idem.*

³⁴⁷ Serge Proulx, Delphine Maillet, « La construction ethnographique des publics de télévision », *op. cit.* Cf. la fin et la conclusion de l'article.

³⁴⁸ Michel Gheude, « La réunion invisible : du mode d'existence des téléspectateurs », in Jean-Pierre Esquenazi (dir.), *La télévision et ses téléspectateurs*, *op. cit.*, p. 165.

³⁴⁹ *Ibidem*, p. 165.

public) et ne sert plus qu'à s'informer (*via* le journal télévisé). Si l'on se réfère au tableau axé sur les souvenirs des contenus télévisuels, cette chaîne peut être considérée comme étant un « participe passé ». Elle est vécue par les populations comme un outil de propagande politique.

Pris à partie par les médias et modelé par ses partis pris, le public est en effet l'épicentre d'une contradiction sociologique qui n'a de sens que l'horizon de sa propre signification du monde aux prises avec les contradictions des forces du monde concret. « En d'autres termes, le comportement des citoyens face aux médias est fortement déterminé par leur position sociale »³⁵⁰. Voilà donc qui permet de réinterpréter la notion de « public » à partir de divers angles. Si le public n'est pas l'audience ni l'artefact idéal de l'institution médiatique, on peut au moins s'accorder sur une de ses représentations intermédiaires les moins problématiques pour les études de la réception en sciences sociales actuelles.

Dans cette perspective, et à l'égard de ce qui précède, on s'accorde désormais à croire qu'« il y a donc une diversité des modes d'existence du public des médias et d'une certaine manière, non pas un public, mais des publics. On peut par exemple distinguer le public comme le produit d'une œuvre, le public comme agrégat statistique, le public comme reflet d'une stratification sociale, le public comme acteur construisant la réception. A chaque fois, on mettra ainsi en valeur des comportements différents dépendant de nombreux paramètres économiques, culturels ou sociaux »³⁵¹, mais aussi politiques, anthropologiques, voire historiques. Cette compréhension de la notion de public nous permet de neutraliser l'inflation des concepts circulants ou produits pour la matérialiser aussi bien au plan épistémologique qu'au plan simplement intellectuel. En ce qui concerne sa réception dans le contexte gabonais, on ne saura nous représenter la notion différemment. C'est du reste sur cette base que nous comptons élargir notre réflexion sur la réception par les enquêtés des contenus médiatiques de Gabon télévision. En effet, dans l'optique de comprendre les significations que notre enquête pourrait rendre possible, nous nous efforçons de démontrer que la réception de ces contenus ciblés est fortement corrélée au contexte gabonais qui dépend des paramètres aussi divers que la politique, le modèle sociétal, l'économie et l'éducation, etc. Il nous

³⁵⁰ Rémy Rieffel, « Du pouvoir des médias en démocratie : le cas de l'information politique », in Christine Leteinturier, Rémy Le Champion (dir.), *Médias, information et communication*, *op. cit.*, p. 130.

³⁵¹ Rémy Rieffel, « Du pouvoir des médias en démocratie : le cas de l'information politique », *op. cit.*, p. 125.

faut donc replacer la problématique de communication, c'est-à-dire de la conversation au centre des relations entre les deux pôles que sont Gabon Télévision et ses publics au cœur de notre modèle épistémologique de la réception. Ce qui est ainsi en jeu est la dimension sémio-pragmatique de la réception et de la « sociologie » des publics de ce média.

8.2. Approche sémio-pragmatique des émissions culturelles. Le cas *Agora*

Lorsque Serge Proulx et Delphine Maillet affirment que la recherche en « sociologie » des médias, notamment avec Hall, « partage avec la sémiotique un objectif de connaissance lié à la mise à plat des mécanismes de production de la signification », elle « s'en distingue en même temps puisque sa thèse centrale réside dans l'idée que, pour comprendre les enjeux du décodage d'un message, il faut d'abord s'attacher aux pratiques de réception d'un sujet (mais en regard d'une analyse préalable des structures du texte médiatique) »³⁵², les deux auteurs ouvrent une question éminemment heuristique à laquelle les sciences sociales attachées à réfléchir sur les problématiques de la réception doivent nécessairement se préoccuper, sans pour autant renier leur propre statut épistémologique. D'après ce que l'on pourrait comprendre de Stuart Hall réinterprété par Proulx et Maillet, il existerait d'une part, des mécanismes de décodage, et par conséquent, d'encodage dont la sémiotique en tant que science du langage serait apte à en mettre en évidence ; et d'autre part, cette mise en évidence dépendrait strictement de la « grammaire » des textes médiatiques. Or toute conception purement utilitaire de la sémiotique en contexte de réception semble devoir limiter les possibilités épistémologiques de cette science dans la compréhension des mécanismes communicationnels eux-mêmes dépendant des mécanismes de production-diffusion de messages, et donc des contenus. Cette posture théorique inspirée par Roger Odin permet de décloisonner toute perception simplement mécaniste de la sémiotique et voir au-delà, et avec elle, la possibilité d'envisager la communication comme un « problème » sérieux et « non comme quelque chose d'existant », la sémiotique ne prétendant « nullement » se limiter à une volonté de « décrire *le fonctionnement de la communication* ». Dans la perspective d'Odin, elle se montre plus ambitieuse en

³⁵² Serge Proulx, Delphine Maillet, « La construction ethnographique des publics de télévision », *op. cit.*, p. 128.

cherchant au contraire à « poser des questions sur le fonctionnement (ou le non-fonctionnement) des processus communicationnels »³⁵³. Or, dans un sens bien certain, toute réception, tout usage, toute relation est déjà fondamentalement une question de transfert, d'acquisition d'information, de biens ou d'objets cognitifs et de tris sélectifs engagée entre le sujet-récepteur et son environnement aux moyens de multiples médiations sociales ou sociologiques³⁵⁴. Du point de vue donc du sujet, la « perception » des médias « repose également sur certaines compétences particulières telles que par exemple l'expérience personnelle ou commune au groupe auquel on appartient et la sagesse populaire ; compétences toutes activées dans des conversations quotidiennes »³⁵⁵. Partant de ce point de vue, comprendre la réception des médias c'est aussi comprendre les mécanismes sémiotiques par lesquels le sujet-récepteur en conçoit la perception dans un ancrage spatio-temporel déterminé, c'est-à-dire en contexte. C'est donc le comprendre depuis cet espace-temps, en l'occurrence depuis ce que les sémioticiens eux-mêmes désignent par « la praxis de l'énonciation ou des articulations du sens par le sujet du discours »³⁵⁶, mais d'un point de vue sémio-pragmatique.

Tel que nous l'avons vu dans les pages précédentes, trois principales conceptions de la culture occupent l'espace public gabonais. La conception anthropologique (populaire/citoyenne/traditionnelle), la conception dite moderne véhiculée par les institutions (écoles/administration/médias y compris Gabon Télévision) et la conception élitiste (prônée par les intellectuels/universitaires). En contexte, cela amène à se demander si ces différentes conceptions de la culture satisfont aux attentes des publics. En d'autres termes, quelle culture veulent-ils voir à l'antenne ? Y'a-t-il communication ou non entre l'instance productrice de programmes culturels et l'instance consommatrice ? Cette préoccupation fait l'objet de notre prochaine réflexion sous un angle sémio-pragmatique.

8.2.1. Sémio-pragmatique et significations : comprendre les médias à partir de l'œil du récepteur

³⁵³ Roger Odin, *Les espaces communicationnels. Introduction la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 19.

³⁵⁴ Rémy Rieffel, « Du pouvoir des médias en démocratie : le cas de l'information politique », op. cit.

³⁵⁵ *Idem*, p. 130.

³⁵⁶ Jacques Fontanille, *Sémiotique du discours*, Limoges, Pulim, 1999.

Cette réflexion portée sur la sémio-pragmatique tend à renforcer le « pouvoir » du récepteur-téléspectateur, élément composite d'une cohorte invitée aux « réunions invisibles » quotidiennes convoquées par les médias. Elle se fonde totalement sur la pensée sémiotique de Roger Odin, notamment celle exprimée dans son livre : *Les espaces de communication*³⁵⁷.

8.2.1.1. Sémio-pragmatique et communication : approche méthodologique

Aborder une réflexion d'un point de vue sémio-pragmatique c'est penser la communication d'un triple point de vue : d'abord celui de l'émetteur, ensuite celui du récepteur, enfin celui du contexte de la production des discours des deux premières instances. Roger Odin présente la sémio-pragmatique comme un « modèle heuristique » pertinent et efficace. Il écrit : « une hypothèse heuristique est une hypothèse dont on ne cherche pas à savoir si elle est vraie ou si elle est fausse, mais qu'on adopte seulement à titre provisoire comme l'idée directrice dans la recherche des faits »³⁵⁸. Odin conclue ainsi : « Le modèle sémio-pragmatique s'intéresse aux contraintes qui régissent la construction des actants de la communication et à la façon dont ils sont conduits à produire du sens : je propose de parler de *modèle de production* »³⁵⁹. En d'autres termes, le modèle sémio-pragmatique ne considère pas les significations comme de pures « données », des *data* circulant sur le mode algorithmique dans l'espace social de la communication, mais comme des réalités mentales en perpétuelles décompositions-recompositions, les recompositions étant strictement liées aux énoncés entrant et sortant du contexte de la production des discours. Ainsi l'interaction entre partenaires de la communication sociale paraît-elle déterminante pour comprendre ce « processus » implicitement fondé sur des logiques argumentatives, de positionnement, etc. Aussi, le chercheur précise-t-il : « Le modèle que je suggère de construire pose une séparation radicale entre l'espace de communication et l'espace de réception : lorsque dans l'espace d'émission un Emetteur (E) donne naissance à un Texte (T), dans l'espace de la réception, ce texte se trouve réduit à un ensemble de *vibrations* visuelles et/ou sonores

³⁵⁷ Roger Odin, *Les espaces communicationnels. Introduction la sémio-pragmatique*, op. cit.

³⁵⁸ *Idem*, p. 19.

³⁵⁹ *Ibidem*, p. 21.

(V) à partir desquels le Récepteur (R) produira un texte (T') qui *a priori* ne saurait être identique à (T) »³⁶⁰.

La production de messages (T) comme leur réception (T') sont donc deux moments de constructions sémio-pragmatiques de la réalité informationnelle des contenus (T et T') dont le sens et la signification ne peuvent, d'après Odin lui-même, être strictement « *identiques* », le processus de la communication cherchant toujours à mettre à plat les « interférences » et « bruits » par la dynamique d'individuation des discours ou des langages. D'où donc paraît déterminant les processus d'encodage et les règles sémiotiques qui les président en vue de faire passer les messages de façon claire et transparente. Dans ce sens donc, parler, communiquer équivalent à reconnaître un ensemble de règles ou contraintes communicationnelles : « Plus le faisceau de contraintes qui pèse sur (E) et sur (R) sera semblable, plus (E) et (R) sauront construire de façon analogue [es textes et messages,] et plus il y aura donc de chance pour qu'ils se produisent du sens de la même façon et pour que les constructions qu'ils opèrent se ressemblent : (T') se rapproche alors de (T) »³⁶¹. Ramenée à la question sociologique de la réception médiatique, on comprend que les recherches des professionnels de la programmation, c'est-à-dire des responsables médiatiques, s'efforcent de définir le prototype de public destiné à suivre leurs programmes dans un contexte médiométrique concurrentiel. Le public institutionnel ciblé par les médias (E), est donc une idéalisation de (R), sachant pertinemment que (R) n'est ni une réalité sociale voire sociologique ni une entité de « chair et de sang » soumise à des contraintes de réception multiples, à diverses dynamiques spatio-temporelles et anthropologiques. Réinterprétons alors l'approche sémio-pragmatique par rapport au contexte gabonais.

Partant de ce principe, comment peut-on comprendre la production et la réception des médias publics dont les identités se sont construites dans un contexte où au sortir de l'indépendance politique et économique du Gabon, les « pères fondateurs » leur attribuèrent les missions d'éducation, de formation et d'enracinement des nationalités dans les espaces territoriaux assez fragmentés par une migration complexe, et donc multiculturels, multiethniques et multilinguistiques ? A partir de là, comment comprendre de nouveau les discours des médias publics gabonais dans un contexte politique national remodelé politiquement et économiquement par un contexte mondial

³⁶⁰ Roger Odin, *Les espaces communicationnels. Introduction la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 20.

³⁶¹ *Ibidem*.

néolibéral soumis à des fluctuations permanentes dues aux innovations technologiques et à une concurrence médiatique internationale très sévère ?³⁶²

Enfin, comment comprendre les missions des médias publics quand, dans ces multiples contextes, les Etats africains récemment indépendants ont échoué à bâtir des Etats forts en multipliant les inégalités sur des bases arbitraires ?³⁶³ Comment penser leur réception, quand du point de vue social, le niveau de « compétence herméneutique » des masses s'est relativement accru grâce à la formation³⁶⁴, mais aussi grâce au contact avec l'information mondiale diffusée par les médias internationaux ?³⁶⁵

Si le propre de la sémio-pragmatique est de se poser des « questions », celles-ci décrivent un ensemble de contraintes diverses dont le mérite provisoire est de nous amener à comprendre un peu plus différemment les « paradoxes » liés à notre enquête de terrain, prenant ainsi pour arguments le contexte politique, économique, anthropologique, culturel de l'espace gabonais depuis 1990 bousculé par une construction démocratique inachevée³⁶⁶.

Pour comprendre les textes du récepteur (T'), le contexte et ses contraintes actuelles, il faut donc partir de l'idée que l'émetteur (E), depuis le retour à la démocratie et au multipartisme, s'est vu retiré son privilège absolu de monopoliser les discours (T) de l'espace public gabonais que lui avait conféré le parti unique, celui-là même qui avait retiré aux populations le droit à la parole, à la différence subjective, individuelle ou personnelle. Pour ainsi dire, au moment de notre enquête de terrain, (E) et (R) ne répondaient pas des mêmes contraintes communicationnelles.

8.2.1.2. La réception du point de vue des publics : la sémio-pragmatique et le « patchwork » sémiotique de la réception

³⁶² Philippe Breton, Serge Proulx, *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, La Découverte, 2005.

³⁶³ Achille Mbembe, *De la postcolonie. Essai sur l'imagination politique dans l'Afrique contemporaine*, Paris, Karthala, 2000.

³⁶⁴ DGS, RGP-2013, *op. cit.*

³⁶⁵ Jean Blaise Nzoundou Nzoundou, *Les réseaux sociaux face aux enjeux de la communication culturelle dans les établissements secondaires du Gabon : cas du Lycée privé Vincent de Paul Nyonda de Libreville*, Mémoire de Master en Recherche en communication, Département des Sciences de l'Information et de la Communication, Université Omar Bongo, Libreville, 2013.

³⁶⁶ Tim Auracher, *Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, L'Harmattan, 2001.

Fort de ce qui précède, les médias seraient, par de multiples contraintes, liés à des forces qui en contrôlent les énoncés qu'ils diffusent aux publics. Si en plus ces énoncés ont, par leur pouvoir de s'ériger en institutions sociales ou en discours sociaux de l'espace-temps de production, il va de soi que c'est bien par rapport à eux que va se construire la réception des médias qui les produisent. C'est ce contexte de production-réception qui est pertinent d'un point de vue sémio-pragmatique car il établit un ensemble de contraintes sociologiques propres à l'espace-temps des discours produits, (T) et (T'), par lesquels se façonnent la communication entre Emetteur de message et Récepteur. En France, Médiamétrie (qui est une entreprise privée) s'efforce d'établir leurs « accointances » communicationnels, c'est-à-dire leurs degrés de compréhension réciproque aux moyens de mesures d'audiences rituelles. En Afrique, cette pratique est quasi inexistante sinon interdite par les constitutions. En conséquence, les médias ne disposent d'aucun retour de leurs pratiques communicationnelles.

Ce qu'une enquête de terrain comme la nôtre révèle, c'est moins l'intérêt porté par les mesures médiamétriques des audiences que les conditions socio-pragmatiques d'une communication entre un média et un public. D'autant plus que, depuis ses origines, celui-ci est censé construire une « communauté émotionnelle nationale » autour d'une « territorialité » et modes d'énonciation symboliques bien déterminés. Pour Roger Odin, cela suppose de parler un langage que rend possible cette vision des choses. Or, du point de vue de l'anthropologie, de la socio-culture et des traditions, un capital discursif est disponible, qui peut établir ou construire des éléments d'une « discursivité symbolique » partagée par et dans l'espace public, et que les usagers peuvent reconnaître comme faisant partie de leur identité ou de leur patrimoine oral matériel et immatériel. Tout compte fait, dans la communication ; la production et la diffusion des messages se jouent à un double étage : d'une part, celui des contraintes de la communication intersubjective entre Emetteur et Récepteur. Cet étage est soumis au « conflit argumentatif » rattaché à la rhétorique et la persuasion du discours. D'autre part, à un autre étage, se matérialise un autre type de discursivité émotionnel, empathique : celui qu'on admet comme celui relevant la communauté émotionnelle, et qui aurait pour fonction d'ancrer les médias dans son espace-temps de références culturelles, historiques, sociologiques et symboliques communes. Ce qui nous renvoie au développement proposé par Caune que nous avons mobilisé dans l'introduction de cette

thèse. Autrement dit, à la médiation culturelle posée comme l'un des fondements de la construction du vivre-ensemble parce que favorisant le déploiement de la culture dans l'espace-temps communautaire. En effet, l'Etat en définissant ce qu'est la culture (médiatisée), confère à Gabon Télévision la légitimité (ou le pouvoir) de diffuser des émissions culturelles auxquelles adhèrent les populations qui partagent la même identité (culturelle). Dans l'optique sémio-pragmatique de Roger Odin, cette double dimension permet de redéfinir l'« espace communicationnel » comme celui des manifestations de compétences sémio-discursives liées à de nombreuses contraintes influençant aussi bien la production que la diffusion des messages. Ces contraintes régissent ainsi l'émission et la réception des contenus à partir d'une production et une réception de discours perçues comme des « compétences communicationnelles discursives » à « visée plus large que la production des phrases »³⁶⁷.

Ce cadre théorique permet alors de réinterpréter les données de notre enquête de terrain de façon objective, comme le témoignage d'une triple rupture paradigmatique : d'abord au sens où la télévision nationale poursuit un objectif de production-diffusion soumis aux contraintes propres à son origine institutionnelle et politique. Ce qui est justifié par son organigramme. Ensuite, au sens sémio-pragmatique, ses discours ignorent le pôle du récepteur et l'importance qu'il attache à l'ancrage socio-sémiotique des significations sociales de la télévision en contexte postcolonial. Enfin, en termes de représentations, la charge symbolique liée à la fonction référentielle des contenus des contenus médiatiques se montrerait en-deçà des attentes réelles des téléspectateurs. Mais il faut tout suite insister « sur le fait que » ces représentations « ne concernent ni des valeurs [...], ni même des contenus [...], mais des processus et, d'une façon générale, des phénomènes qui relèvent de l'anthropologie sociale (ou socio-anthropologie) »³⁶⁸. Le problème de la réception de Gabon Télévision telle que perçue à travers l'enquête de terrain est donc un problème du sens même de l'existence symbolique de l'outil qu'est la télévision dans un espace-temps symbolique construit et réapproprié par les sujets-récepteurs en fonction d'un double contexte : le contexte national et ses cultures (c'est-à-dire la problématique du contenu comme une sémiotique à reconstruire) et le contexte international qui est la problématique sémiotique du

³⁶⁷ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 43.

³⁶⁸ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 43.

contenant (représentations du langage médiatique et de son formatage diffusées par les médias internationaux dans l'espace socio-sémiotique gabonais).

En somme, en l'absence de contraintes discursives communes, l'expérience de la télévision publique au Gabon aboutit à une vision singulière de l'expérimentation de cet outil : une expérience socio-anthropologique originale de la communication qui échappe politiquement, sociologiquement voire socialement, mais aussi économiquement à la philosophie même de la télévision en tant que système professionnel organisé et reconnaissable à son/ses identité(s). Du côté des récepteurs-télespectateurs, se pose donc un problème d'appropriation conceptuelle de la télévision, de sa reconstruction sémantique. Ainsi s'affirme une image à la fois diffuse et imperceptible qui rend complexe et difficile une définition/perception locale de la télévision publique, qui soit pertinente et cohérente pour ses publics, aussi bien en termes de pratiques que de valeurs. Dans son mémoire dédié à l'émission « Gabon Hebdo », Marcy Delsione Ovoudaga a pu démontrer la nature erratique du traitement de l'information médiatisée à Gabon Télévision. Il a notamment mis en relief les mécanismes par lesquels les animateurs de cette émission de post-production associaient le passage des invités à l'intéressement financier dont ils devaient faire preuve³⁶⁹. Ainsi, c'est cette perception « confusion » du rôle de la télévision publique qui semble remonter du terrain *via* les statistiques de notre enquête. Elle produit une désillusion communicationnelle qu'un certain nombre de « paradoxes » à l'instar du classement de l'émission Agora comme émission culturelle de Gabon Télévision la plus citée et la plus suivie conforte.

8.3. Agora, une émission de débat qui « diffuse » la culture ?

La réflexion que nous nous proposons de développer ici nous amène maintenant à analyser l'émission la plus suivie et la plus citée du PAG comme étant une émission culturelle. Nous analyserons donc le contenu de cette émission à partir de divers outils proposés par les nombreux auteurs que nos recherches nous ont permis de découvrir. Cette analyse reposera ainsi sur de nombreux paramètres, parmi ceux-ci, les « programmes télévisés » et les « genres journalistiques ». Ce qui nous permettra de

³⁶⁹ Marcy Delsione Ovoudaga, *La production des émissions d'actualité à la télévision : cas de Gabon Hebdo à Gabon Télévision*, Libreville, Université Omar Bongo, Mémoire de Master en Recherche en communication, Département des Sciences de l'Information et de la Communication, décembre 2013.

vérifier nos différentes hypothèses et surtout les bases théoriques auxquelles nous nous sommes référée.

8.3.1. Les programmes télévisés et les genres journalistiques

Pour François Jost, il existe deux (2) genres : les « genres du premier degré » et les « genres du second degré »³⁷⁰. Les genres du premier degré sont constitués des programmes dont l'existence tient à une promesse qui « conditionne l'adhésion ou la participation du téléspectateur ». Jost classe dans cette catégorie trois sous-catégories : ce sont les « émissions qui prétendent nous informer sur notre monde (journal télévisé, documentaire, reportage) ou tout simplement nous mettre en contact avec lui ». Cette catégorie, il la nomme le « monde réel »³⁷¹. La seconde catégorie est constituée de l'univers de la « fiction ». « Celle-ci vise à construire un monde, quoi qu'il en soit des ressemblances avec le nôtre, comme une construction autonome »³⁷². Apparaît enfin une troisième catégorie, celle du « monde ludique » constitué par les émissions de « jeux », de « divertissement » et de la « publicité ». Le plus important dans cette connaissance des genres livrés par François Jost est la place qu'occupe des émissions comme « Agora ». En effet, cet auteur nous dit que les émissions de débat sont au centre du triangle constitué par les trois mondes ci-dessus cités. On comprend ainsi qu'une émission de débat doit être à la fois « réelle », « fictive » et « ludique »³⁷³.

Comme l'écrit encore l'auteur d'*Introduction à l'analyse de la télévision*, « la catégorisation d'une émission dans un genre par le téléspectateur dépend des promesses de la chaîne de télévision et des médiations (presse, radio, etc.) comme de sa capacité à reconstruire une intention qui fonde l'unité de l'émission malgré la diversité des types de séquences qui la composent »³⁷⁴. On doit donc entendre par ces propos de Jost que la chaîne qui diffuse une émission joue un grand rôle en ce sens que c'est elle qui est la première à analyser la production ou la post-production. Plus encore, « Si la promesse

³⁷⁰ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 2004, p. 28-33. Nous nous contenterons de définir seulement les genres du premier degré qui nous paraissent pertinent dans le classement de notre corpus.

³⁷¹ *Op. cit.*, p. 29.

³⁷² *Idem.*

³⁷³ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, *op. cit.*, p. 30.

³⁷⁴ *Idem*, p. 28.

de la chaîne quant au genre auquel appartient une émission est importante, c'est que les trois mondes auxquels ils renvoient imposent le respect des règles différentes »³⁷⁵.

Pour ce qui est d'« Agora », nous pouvons dire que les règles énoncées par cette émission la confinent dans les genres du premier degré : le débat. Mais plus encore, nous sommes amenée à nous interroger sur ce que serait son texte (T). Cette émission, pour être aussi populaire, respecte-t-elle les contraintes de l'énonciation télévisuelle ? Quels textes (T') permet-elle de reconstruire ? Pour le producteur et présentateur d'Agora Hasse Nziengui³⁷⁶, cette émission est « un cadre de débat démocratique »³⁷⁷, le lieu où « les idées se choquent et entrechoquent », comme indique son slogan. Pour le producteur et présentateur, les objectifs³⁷⁸ qui accompagnent cette promesse audiovisuelles sont nombreux, notamment :

- Faire débattre des sujets qualifiés de « tabous »,
- Emmener le débat sur la place publique,
- Faire en sorte que les téléspectateurs élèvent leur niveau de réflexion,
- Faire en sorte que les revendications parviennent aux plus hautes personnalités du pays, etc.

Au regard de tous ces éléments qui structurent invisiblement le texte (T) de l'émission Agora, il est désormais intéressant de se pencher sur ce qui relève du texte (T'). Les résultats des enquêtes sont de deux ordres statistiques : quantitatifs mais aussi qualitatifs. En effet, d'une part, les données de l'enquête ont révélé que 46% d'enquêtés estiment que les programmes culturels diffusés par Gabon Télévision sont des débats, dont Agora serait en tête du classement³⁷⁹. Ce qui lui confèrerait une certaine « légitimité culturelle » télévisuelle. Mais d'autre part, remarquons que lorsqu'il s'est agi de dire quel était leur programme (culturel) « préféré », ces mêmes enquêtés, aussi surprenant que cela puisse paraître ont plutôt cité le journal télévisé à

³⁷⁵ *Ibidem*.

³⁷⁶ Hasse Nziengui est producteur et présentateur de l'émission *Agora* diffusée par Gabon Télévision. Cf. Tome II, annexe 16, p. 637-639.

³⁷⁷ Propos tenu dans l'émission qui portait sur le rapport entre le débat politique et la violence dans le milieu politique. Ce numéro a réuni sur un même plateau des femmes du parti politique au pouvoir (PDG) et celles de l'opposition. Vidéo visualisable sur <https://youtube/TP1PTxsKPsA>, consultée le 07 août 2018.

³⁷⁸ Nous nous étions entretenues avec lui dans le cadre de la rédaction de notre mémoire en 2013. A cet effet, il nous avait décliné les principaux objectifs de ce programme. La transcription de cet entretien est disponible en annexe.

³⁷⁹ Cf. Tableau n°55 relatif au classement des émissions culturelles diffusées par Gabon Télévision.

hauteur de 68,40% contre seulement 4% pour les débats (plateaux tv). Cette attitude d'apparence contradictoire signifie qu'en l'état actuel au Gabon, Agora est une émission suivie parce que les populations recherchent « le débat contradictoire » et non des discours (politiques) monolithiques. Or le concept (ou même le slogan) « là où les idées se choquent et s'entrechoquent » renvoie justement à cette attente (non comblée) des publics. Ensuite, l'idéal démocratique populaire renvoie à cette idée que les institutions confisquent (CNC, Gabon Télévision, Assemblée nationale, etc.). Enfin, le niveau d'éducation critique ou culturel populaire apparaît très faible. Cette idée produite par le *Rapport* sur la surveillance des médias gabonais se trouve ici consolidée³⁸⁰.

Cet aspect de notre réflexion sur l'éducation aux médias entendue au sens le plus large comme sensibilisation des « masses » à l'analyse critique des contenus médiatiques peut s'ouvrir à d'autres perspectives. Dans une large mesure, l'éducation de la population est déterminante dans la structuration du vivre-ensemble. Cette éducation est à la fois sociale, sentimentale, intellectuelle, etc. Elle a pour fondement la/le(s) cultures nationale(s), l'histoire et l'enseignement des sciences. Le vivre-ensemble dont parle Caune tient à la diffusion de cet ensemble dans le corps social de telle sorte que cette diffusion aboutisse à une compréhension commune de la définition politique de l'Etat, de la culture, de la nationalité, etc. L'éducation, vue dans cette perspective, est le ciment d'une certaine société, et donc d'une certaine culture que les médias ne peuvent ignorer sous peine d'être contreproductifs. En quelque sorte, dans le contexte national gabonais multiethnique et pluriculturel qui a connu la colonisation et subit l'économie néolibérale du point de vue médiatique, un outil comme Gabon Télévision pourrait être la plus courte distance entre les Gabonais et entre ceux-ci et les pouvoirs publics, pour rester fidèle à l'idéal des pères fondateurs du pays. Si les divergences de points de vue entre les pouvoirs publics et les populations dans le contexte multipartite et démocratique actuel attisent les revendications populaires, surtout au cours des périodes électorales et postélectorales. Il va sans dire que nombre de jugements critiques formulés contre Gabon Télévision ont probablement des racines beaucoup plus psychologiques, sociales et politiques qu'objectifs. En ce sens, Gabon télévision est victime de sa production textuelle analysée depuis des œillères beaucoup plus réflexives qu'objectives. En effet, il faut bien comprendre par quels mécanismes une émission opportunément politique,

³⁸⁰ Cf. *Rapport* Unesco-Pnud, *op. cit.*

puisque destinée à faire le lien entre le peuple et les politiques, est perçue comme une émission culturelle.

Un autre aspect de l'analyse qualitative des statistiques issues de l'enquête de terrain montre que la « culture », pour un grand nombre d'enquêtés, ne s'entend pas qu'à travers ses aspects anthropologiques. Cette enquête a le mérite de mettre en exergue le fait que la tradition anthropologique nécessite une ouverture qui prenne en compte de nouvelles traditions, notamment la tradition « cognitive » avec l'art contemporain, la littérature, les sciences que l'école dispense et que les médias devraient diffuser. Or, Gabon Télévision n'a pas encore inventé (ou ne produit pas) de cultures critiques (critique des médias par exemple) qui permettraient aux populations d'émettre des jugements fondés lorsque ces dernières analyseraient n'importe quels programmes (culturels). Cette absence de tradition démocratique et de transparence dans le média paraît si évidente qu'il n'y a jamais existé des émissions comme « A l'ouest d'Edern » produite et diffusée par Jean-Edern Hallier en France dans les années 1990, ou comme le « Le Tube » mise à l'antenne sur Canal + Afrique actuellement. Ce manque de démocratie est à la base de son rejet réflexif systématique par les publics critiques, en général, et en particulier, par les plus expérimentés et plus âgés ainsi que ceux éduqués par l'école et l'université. En d'autres termes, la méconnaissance des médias conduit ces publics à construire des jugements fondés sur leurs expériences personnelles et non sur celle du monde des médias. Mais elle n'altère pas l'essentiel, c'est-à-dire les rapports conflictuels qu'ils entretiennent avec Gabon Télévision. Si donc à leurs yeux *Agora* est une « émission culturelle », c'est que ces publics ont une définition propre de la « culture », ou alors, l'illusion communicationnelle créée par cette émission autour de la culture est bien efficace. D'abord *Agora* dispose d'un décor dont les motifs renvoient aux imaginaires traditionnels (le motif semblable à des écorces d'arbres décorées au kaolin et à l'ocre, deux poudres liturgiques). Ensuite, l'émission invite autant qu'il se peut des intellectuels et hommes de cultures, ainsi que des maîtres bwitistes, en plus des acteurs politiques. On peut comprendre que son étiquetage comme « émission culturelle » provienne de cette illusion d'optique communicationnelle.

Ceci nous emmène à nous intéresser aux « points de vue » des publics. Pour ce faire, nous nous sommes appesantie sur les commentaires que ces derniers laissent après avoir regardé les émissions en ligne, en complément des résultats de notre enquête de

terrain (accentuée par des données chiffrées). Cette technique a été inspirée par la thèse intitulée *La télévision au Gabon (2009-2017)* d'Oswald Mihindou³⁸¹, mais aussi par les écrits de Virginie Spies³⁸². Le premier a travaillé sur le concept d'« exil numérique ». Le concept d'exil étant politiquement marqué, Mihindou se saisit de ce marqueur pour donner à la notion une signification supplémentaire. Il présente l'« exil numérique » comme un rabattement du débat « démocratique » dans le monde virtuel par les populations qui ne peuvent s'exprimer sur les « biens communs » autrement que dans cet espace. L'« exil numérique » renvoie ainsi aux territoires virtuels que sont les réseaux sociaux. Il va sans dire qu'être en exil, c'est être poussé à vivre loin de chez soi par un Etat omnipotent dans la mesure où l'espace public étant médiatiquement « corrompu » ou « contrôlé », les débats se déplacent sur l'espace numérique. Grâce à cette « résurrection » communicationnelle due aux réseaux sociaux, les territoires numériques deviennent des lieux de jubilation, de liberté d'expression et d'exercice de la démocratie. Sur ces territoires, les usagers peuvent enfin s'autoriser à parler de différents sujets, dont les programmes (culturels) de Gabon Télévision.

Pour Virginie Spies, « les propos tenus sur les réseaux sociaux sont aussi complexes que la réception elle-même [...]. L'analyse de ces discours (qui constituent une nouvelle forme de réflexivité médiatique montre la complexité de la réception télévisuelle [...] et l'intérêt qu'il peut y avoir à enrichir l'analyse de la télévision avec celle du discours produit sur les émissions elles-mêmes par les téléspectateurs »³⁸³. Cet intérêt de la recherche sur Twitter peut s'étendre ici à Facebook et youtube, réseaux sociaux que nous avons observés pour découvrir les réactions des téléspectateurs de Gabon Télévision. Il s'agit alors de mettre en évidence le fait que « commenter une émission sur [un] réseau social consiste à émettre un discours réflexif, proclamé et assumé sur une pratique culturelle »³⁸⁴. Une série de captures d'écran collectées sur Facebook atteste l'existence d'une réflexion populaire et/ou des téléspectateurs sur les activités des médias gabonais et notamment sur celles de Gabon Télévision et de ses acteurs médiatiques à propos des contenus diffusés. Ces analyses montrent, pour ainsi dire, une

³⁸¹ Oswald Mihindou, *La télévision au Gabon (2009-2017). Critique d'un exil numérique*, Libreville, thèse de doctorat en anthropologie africaine, Université Omar Bongo, Libreville, 2017.

³⁸² Virginie Spies, « Lorsque les téléspectateurs jugent la qualité des programmes sur Twitter », in François Jost (dir.), *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, Ina Editions, 2014.

³⁸³ Virginie Spies, *op. cit.*, p. 262.

³⁸⁴ *Ibidem*, p. 264.

réflexivité minimale qui a au moins l'intérêt d'avérer l'écoute de ce média, mais une écoute que l'on dirait de plus en plus distanciée ou critique confirmant à tout le moins que la nature du statut des publics de Gabon Télévision est passé de consommateur passif de contenus à celui de consommateur actif ou réflexif. Cette donnée non négligeable dans la relation producteur/récepteur de contenus force nécessairement à reconsidérer le paradigme politique de la notion de « public » porté aux fonts baptismaux par le président Léon Mba dès la création de Radio Gaon et dont ses successeurs sont emparés, y compris les acteurs médiatiques eux-mêmes³⁸⁵. Ainsi, les captures d'écran ci-dessous présentent-elles des avis des téléspectateurs sur les émissions culturelles de Gabon Télévision en général, et en particulier *Agora*. Elles se manifestent sous des formes visuelles diverses :

Capture d'écran n° 6 : Post Facebook du journaliste Chamberland Moukouama au sujet des débats « culturels » diffusés par Gabon Télévision

Capture d'écran n° 7 : Suite du post Facebook du journaliste Chamberland Moukouama au sujet des débats « culturels » sur Gabon Télévision

³⁸⁵ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n° 20, avec Thierry Léandre Mbina, p. 603-604.



Chamberland Moukouama

2 h • 🌐

#HAS #BEEN

Au nom de la défense de l'action politique du prince,des intermittents du spectacle politique gabonais ont trouvé sur les plateaux de la télévision publique en mode 24h chrono,un podium d'expression de leur délicat grand écart verbal.Une contorsion à fracturer l'activité cérébrale.

Bras cassés.

Avec emphase,ils parlent sans convaincre dans un exercice de questions toutes convenues,le style dépouillé de tout effort de rigueur dans ce que la langue française comporte de règles et de convenances dans un débat sérieux.

Ces débats télévisés avec les mêmes invités et où l'intérêt général et le culte de la personne se

Ces débats télévisés avec les mêmes invités et où l'intérêt général et le culte de la personne se confondent dans une imbécillité aisée,ressembent fort bien à un club d'onanistes aux prestations putassières.

On le voit bien,nos "grosses têtes"ont vendu toute liberté pour protéger le pain et la paille.Et on appelle ça spécialiste,intellectuel,journaliste,universitaire.. .Les débats sur la télévision gabonaise volent très bas.J'ai écrit.

Chamberland Moukouama



Votre commentaire...



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur la page Facebook.

Capture d'écran n° 8 : Réponse d'un usager au post de Chamberland Moukouama au sujet des débats culturels diffusés par Gabon Télévision

Capture d'écran n° 9 : Commentaire d'un usager sur un numéro de l'émission « Agora » visualisée sur une chaîne YouTube



Das Élément

Des plateaux TV , des animateurs , des pseudos journalistes et des invités à donner la nausée.. La médiocrité a atteint son paroxysme.. Mieux , il faut éviter de les regarder et surtout interdire aux autres aux enfants de regarder ce genre de choses .

1 a J'aime Répondre 2



A Abou Mahamat · il y a 2 ans
un plateau pas mal, mais TV qui a organisé le débat n'est plus objective dans le débat.

👍 👎 💬 ⋮

O Olry Le Nobel · il y a 2 ans
Débat totalement déséquilibré... Le débat contradictoire au Gabon a encore un long chemin...avant d'atteindre un niveau convenable.

👍 👎 💬 1 ⋮

Capture d'écran n° 10 : Capture d'un numéro de l'Emission « Agora » sur YouTube



L'émission AGORA du 26/10/2014 ▾

553 vues

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur YouTube.

Capture d'écran n° 11 : Réaction d'un téléspectateur de cette émission

0176Lesmith · il y a 3 ans
j aime bien Agora mais les invités n étaient pas de taille pour le débat

👍 👎 💬 ⋮

Les différentes captures d'écran obtenues sur les réseaux sociaux démontrent la conflictualité des textes (T) produits par la Chaîne et (T') reconstruits par les usagers

des émissions (culturelles) télévisuelles. Si Agora est effectivement suivi par un très grand nombre de Gabonais, les plus critiques d'entre eux qui ne peuvent s'exprimer à la télévision et/ou dans l'espace public national choisissent le territoire de l'« exil numérique » pour se faire entendre. Cet espace est donc celui d'une « communauté émotionnelle ». Celle constituée par le public-consommateur critique et exigeant non seulement vis-à-vis des pratiques professionnelles mais aussi d'autres aspects des contenus médiatiques des émissions dites « culturelles ». Cette brève exposition d'opinions « non officielles » ou « non autorisées » confirme la thèse d'une fracture médiatique consommée. Elle confirme par ailleurs l'hypothèse d'une absence des populations de la sensibilisation à la culture médiatique.

8.3.2. Le temps et la télévision : critique de l'émission Agora

Pour François Jost, « La temporalité de la télévision est complexe parce qu'elle intrique plusieurs couches du temps :

- le temps du média identifié très tôt au direct par des théoriciens ;
- le temps des genres, qui dépend de leur mode d'énonciation ;
- le temps de la programmation, qui articule la grille aux activités sociales du public visé [...] »³⁸⁶.

Les trois temps que Jost nous donne nous permettront de comprendre la relation de l'émission Agora au temps, et notamment avec le temps télévisuel. Ce que nous entendons par temps télévisuel est ce temps produit par la télévision. Il combine les trois temps ci-dessus, à savoir : le « temps du média ». Il se manifeste à travers la conscience qu'une chaîne de télévision se conçoit à partir des événements du monde réel. Ce temps est le temps de son agenda professionnel. Le « temps des genres » : c'est le temps du programme dans la grille d'émissions. Le « temps de la programmation ». Il est le temps que la chaîne de télévision reconstitue à travers sa grille de programmes. Il cible en premier les publics qu'elle cherche à atteindre à un moment précis de la journée.

Cette structure de la temporalité télévisuelle se présente comme un outil d'analyse qualitative qui va nous permettre de comprendre le rapport de l'émission Agora avec la temporalité télévisuelle, comme nous l'avons dit plus haut.

³⁸⁶ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, op. cit., p. 35.

Lorsque nous consultons la grille des programmes de Gabon Télévision, il ressort que le temps réservé à l'émission Agora est de quatre-vingt-dix (90) minutes, soit une heure et trente minutes (1h30). Placée devant nos écrans de télévision, nous constatons que cette émission dure plutôt une heure cinquante minutes (1h50), voire deux (2) ou 2 heures trente minutes (2h30). Ce temps réservé au genre « débat » par Gabon Télévision à l'émission montre que le présentateur de ce programme est en contradiction avec le temps de la programmation, puisque l'émission Agora peut varier d'une diffusion à une autre, causant ainsi une incidence sur la gestion du temps télévisuel.

Cette faute professionnelle, comme nous le verrons plus tard, occasionne une gestion improvisée du temps télévisuel, notamment au niveau de la grille de programmes. Elle a un impact non négligeable sur l'organisation des programmations de la chaîne de télévision. Celle-ci doit par y faire souvent face. A ce titre, les programmes annoncés ne sont pas respectés. Nous assistons alors à deux phénomènes : la déprogrammation de certaines émissions par le fait que le temps qui leur est consacré dans la grille devient soit trop long ou soit trop court pour occuper l'espace qui leur était réservé. Dans la pire des situations, la chaîne de télévision ne peut plus honorer ses engagements auprès des publics dans ce sens que le temps du média qu'elle s'est définie ne concorde plus avec le temps des genres qui lui a permis d'établir sa programmation. Dans cette dernière situation, Gabon télévision ne peut plus fournir une grille de programmes stable à laquelle son public peut se fier. Cela explique en partie que sur le câble, les téléspectateurs de cette chaîne ne peuvent avoir les informations relatives aux programmes.

Dans ce contexte, le manque de professionnalisme autour de cette émission s'étend même à sa production qui se met volontairement en faute en déformant le temps du média par le « faux direct ». Or, quand un journaliste fait passer une information différée comme une information donnée en direct, il y a probablement une faute déontologique. En France, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel prend des sanctions en l'encontre du journaliste fautif comme le prouve cette citation extraite de son site Internet : « Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a annoncé hier sur son site être intervenu auprès de NRJ 12 à la suite de la diffusion de l'émission Vous êtes en direct, le 17 mai 2013, « au cours de laquelle l'interview d'un acteur américain a été présentée comme ayant été réalisée en direct alors qu'elle avait été enregistrée quelques jours plus

tôt, lors de la campagne promotionnelle de l'acteur ». Jean-Marc Morandini avait alors lancé un duplex, qui portait la mention « en direct » de Londres avec son journaliste Adrien Rochard. Le CSA explique tout de même que la chaîne n'écope pas d'une mise en demeure mais d'un rappel de ses « obligations déontologiques prévues à l'article 2-3-8 de sa convention, qui prévoit qu'elle doit faire preuve d'honnêteté et de rigueur dans l'ensemble du programme, le dispositif mis en place lors de l'émission présentant des ambiguïtés de nature à abuser le téléspectateur sur la réalisation de l'entretien »³⁸⁷. L'usage du faux direct constitue donc une faute professionnelle. Il provoque une distorsion du temps réel et par conséquent, du temps du média, de la mobilité et de l'ancrage de l'image dans l'espace-temps médiatique. Pour François Jost, « toute image animée représente les actions en train de se faire. Rien ne distingue a priori une image enregistrée (que ce soit sur support film ou sur support vidéo) d'une image en direct »³⁸⁸. C'est cette confusion installée dans le traitement des images et le temps télévisuels qui conduit les journalistes à « semer le trouble » dans le traitement du temps par les médias qui les emploient. Pour le cas de Gabon Télévision, cette distorsion du temps est récurrente à propos de l'émission Agora. Un de ses numéros consacré à la grève des étudiants portant sur les conditions d'allocation de bourses, était une émission en « faux direct ». Dans celui-ci, on entend le présentateur de l'émission demander des excuses au public à travers cette phrase : « ce sont les aléas du direct ». Or, cette émission, comme les autres numéros d'émissions de ce programme, était enregistrée. Il aurait dû signaler que l'émission était « enregistrée dans les conditions du direct ». Or, comme nous l'avons vu en première partie de cette thèse, la « culture télévisuelle » est également liée au respect des différentes règles qui régissent les pratiques des professionnels des médias. Ici, le respect des conduites déontologiques ne semble pas être une préoccupation fondamentale de la production des contenus.

³⁸⁷ Cf. Première. Vous êtes en direct épinglé pour faux direct : <http://www.premiere.fr/TV/News-Tele/Vous-etes-en-direct-epingle-pour-faux-direct-3802011>, mis en ligne le 18/07/2013 par la rédaction. Consulté le 28 janvier 2014 à 8 heures.

³⁸⁸ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, p. 36.

8.4. Agora : une émission omniprésente du PAG

La programmation de Gabon télévision nous amène à apprécier la place de l'émission Agora dans la grille de programmes de cette chaîne publique de télévision. Cette émission bénéficie d'un temps de diffusion exceptionnel. Elle est la seule émission du genre « débat » diffusée et rediffusée trois fois par semaine. La grille de programmes de Gabon Télévision atteste en effet sa diffusion le samedi de 7h30 à 9h ; le dimanche, de 14h à 15h et le jeudi de 21h30 à 22h50³⁸⁹. Malgré les insuffisances professionnelles que nous venons de relever, nous constatons que Gabon télévision a fait de l'émission Agora son émission emblématique. Ainsi devient-elle un produit médiatique stratégique, au sens où l'émission est diffusée aux tranches horaires durant lesquelles le public (jeune comme adulte) est censé la regarder : samedi matin, dans l'après-midi le dimanche et jeudi en fin de programme. Pourquoi accorder autant de place à cette émission ? Est-ce en raison de la qualité de sa performance ou de ses contenus ? ou simplement de sa durée à l'antenne ? Pour répondre à ces interrogations, procédons à une analyse de la structure du temps de l'émission. Toute émission est la représentation d'un concept, d'une idée que celle-ci a le devoir de construire symboliquement pour se rendre lisible. Une émission se définit donc par son genre, sa durée, sa périodicité, ses rubriques, son habillage, ses décors, son style de présentation, les moyens techniques qui doivent permettre de la réaliser, etc.³⁹⁰. Sans poser le débat de la performance ou de la compétence journalistique, nous ne pouvons pas nous empêcher de remarquer que, par rapport à la question du temps, deux points nous intéressent : les points relatifs à la durée de l'émission et aux rubriques. Ils sont liés car la durée d'une émission dépend du temps affecté à ses rubriques et à leur organisation interne.

Les critères conventionnels qui font qu'une émission soit omniprésente dans une chaîne de télévision relèvent de l'audimat, celui-ci étant lié au professionnalisme du présentateur et de son équipe. Or, au Gabon, la popularité d'une émission ne peut être mesurée en raison de l'absence d'institution spécialisée en mesure d'audience. La

³⁸⁹ Cf. Grilles de programmes retenues, tome II, annexe 5, p. 498-508. Nous constatons par ailleurs à quel point cette émission provoque des incohérences dans la gestion du temps de la programmation à cause d'un temps du genre qui change d'une diffusion à une autre. Le samedi, sa diffusion dure 2 h30, le dimanche, 1 heure et le jeudi, 1 heure 20. Il y a là un problème de gestion du temps télévisuel.

³⁹⁰ Cf. Le centre de ressources pour les Espaces Culture Multimédia et les télévisions de proximité. Guide du producteur, <http://diffusiontv.viabloga.com/texts/guide-du-producteur>. Consulté le 28 janvier 2014 à 9 heures.

constance d'*Agora* dans le PAG pourrait, dès lors, se justifier par sa qualité professionnelle, notamment, par les exigences qu'elle manifeste en termes de gestion du temps et de respect des règles du genre. Or, tout observateur averti de l'espace médiatique gabonais peut être amené à constater que l'émission *Agora* viole une règle basique de tout programme organisé : la notion de « structure de l'émission ». Cette émission démontre que son producteur ne s'en tient pas aux règles journalistiques en la matière. Les débats y sont conduits sans perspectives d'ensemble, sans rubriques, mais selon le conducteur « invisible » du présentateur qui paraît parfois en-deçà des enjeux de son émission. Dans ces circonstances, les introductions des débats, les débats eux-mêmes et leurs conclusions ne peuvent pas remplacer les rubriques nécessaires qui donnent une identité à l'émission, en déploient le concept, le volume et l'organisation à partir d'une ligne de cohérence interne recherchée. Intéressons-nous à l'analyser de l'émission d'un double point de vue de la culture : d'une part, la culture comme pratiques professionnelles journalistiques, et d'autre part, la culture comme savoirs produits par une société.

8.4.1. *Agora* et la culture vue sous l'angle des pratiques professionnelles

Commençons par dire que la pertinence professionnelle d'une émission se mesure à partir du concept qui a permis de la concevoir. Nous voulons dire qu'une émission est avant toute chose un objet immatériel que sa production reconstruit à tous les niveaux de pertinence entrevus par le genre auquel elle appartient. Pour ce qui est des émissions-débats, cette conceptualité se manifeste aux niveaux des « sujets de débat », du type d'« invités », des « messages et discours », des « rubriques », des « publics », du « cadrage », du « ton », du « style de présentation », de « l'habillage de l'émission », etc. Chacun de ses différents niveaux, en général, doit être le lieu même où celle-ci parle d'elle-même à ses publics. De cette manière, l'émission peut ainsi incarner sa propre réalité en tant que produit médiatique et/ou contenu. C'est par la maîtrise professionnelle de ces aspects qu'on parvient à apprécier sa qualité journalistique et le professionnalisme des acteurs qui l'animent et lui donnent vie. Considérons les captures d'écran ci-après :

Capture d'écran n° 12 : Premier générique de l'émission « Agora »



Emission "Agora" - La société civile et le débat politique

Capture d'écran n° 13 : Gros plan sur le plateau de l'émission



Emission "Agora" - La société civile et le débat politique
7 k vues

Capture d'écran n° 14 : Deuxième générique de l'émission « Agora »



Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018.
Captures d'écran obtenues sur YouTube.

Capture d'écran n° 15 : Deuxième plateau de l'émission « Agora »



Émission Agora. implication des jeunes dans le processus

Le constat qui peut être fait de ces images est que l'émission de plateau tv qu'est Agora présente un problème d'identité qui se traduit aussi bien dans son générique que du

point de l'organisation et la dimension du contenu visuel de ses plateaux. Cela se traduit par une migration de l'image qui est radicale. Certes on ne nie le fait qu'une émission peut changer d'environnements. C'est le cas avec l'émission « Secret d'Histoire » de Stéphane Bern qui s'intéresse à la vie des châteaux français et européens ainsi que de leurs occupants. Néanmoins cette mobilité est stabilisée par d'autres facteurs qui permettent de maintenir la continuité de son identité dans l'espace et le temps. A savoir : les sujets abordés, le ton intimiste et de découverte rattachés à l'émission, le générique, etc. Le problème qui se pose pour l'émission *Agora* est que l'absence de ces variables constantes dans l'espace et le temps de l'exposition de son contenu altère la stabilité de sa structure identité télévisuelle. Le propre de toute émission est de maintenir cette identité constante pour rassurer son public. Ici, cette absence de constance génère un sentiment d'inorganisation, d'improvisation et de débrouille. Les changements constants de génériques et de plateaux, il y en a eu plus de deux. Cela démontre l'existence d'une équation professionnelle à multiples inconnues chez l'observateur averti des médias. Bien entendu, le fait que le présentateur de cette émission, est en même temps son réalisateur, son programmateur, son directeur de production, contribue à amplifier ces distorsions formelles et identitaires. Celles-ci peuvent traduire aussi l'existence d'un malaise professionnel³⁹¹. Les conditions précaires de réalisation et de production à Gabon Télévision maintes fois décriées par ses professionnels contribuent à contraindre les professionnels de ce média à trouver des solutions palliatives pour la réalisation, la production et la diffusion de leurs émissions. A tel point que nombre d'entre eux ont choisi de mener de front une double activité : une activité professionnelle à Gabon Télévision, et en même temps une activité privée plus lucrative réalisée en dehors du média, parfois avec les outils de travail publics. D'autres recherchent des postes de « Conseillers en communication » dans les cabinets politiques et ministériels afin d'échapper à l'entropie réelle de Gabon Télévision.

³⁹¹ En cette année 2018, les journalistes de Gabon Télévision sont entrés en grèves pour une troisième fois au mois d'août. Ils demandent le départ du nouveau directeur général Jean Lié Massala, après avoir obtenu celui de Mathieu Koumba en avril de la même année. Pourtant la politique de changement de responsable administratif à la tête de la structure ne résout aucun problème réel. Tout au plus il permet des apaisements dont les durées deviennent de plus en plus courtes. En conséquence, le média public reste vulnérable et soumis à ses difficultés internes : manque de caméras, de plateau tv, et manque de journalistes professionnels, le plus grand nombre de journalistes étant souvent formé sur le tas à la demande du ministre de la communication du moment, effectif inutilement pléthorique, etc.

Nous voulons désormais analyser qualitativement la dimension culturelle attachée à l'émission *Agora* et à son professionnalisme. Nous parlerons alors de la performance journalistique à partir de trois angles d'attaque du problème, à savoir : « les sujets de débat », « les invités » et « l'insertion du public ». Pour ce faire, nous appuierons essentiellement sur l'ouvrage *Les débats télévisés en 36 question-réponses*³⁹².

8.4.2. Agora et les sujets de débat

De prime abord, nous avons posé le *débat* comme question de culture. De ce fait, selon Gaël Villeneuve, l'analyse des sujets de débats télévisés pose de nombreuses questions. Il écrit : « les choix des thèmes de débat ne sont pas le fait d'une volonté toute-puissante des organisateurs, mais plutôt la conséquence d'une grande dépendance vis-à-vis de l'actualité [...] »³⁹³. On peut aussi ajouter, du niveau de connaissance sur le sujet proposé au public et de son intérêt pour celui-ci.

Les choix des thèmes de débats ne doivent pas être hasardeux. La règle d'or, dans un contexte de compétitivité entre les différentes chaînes de télévision est donc de suivre l'actualité pour retenir l'attention du plus grand nombre de téléspectateurs. En ce sens, le choix des thèmes de débats « est assez restreint ». S'il dépend de l'actualité, « il doit se faire parmi [...] les dix événements les plus commentés parmi les principaux médias d'information »³⁹⁴. Cela signifie que si les organisateurs d'un débat de télévision ne répondent pas positivement à ces règles, ils s'exposent au fait de ne pas être suivis, car l'attention des téléspectateurs sera portée sur d'autres programmes dont les contenus touchent directement des problèmes liés à leur vécu quotidien (ou aux problèmes majeurs du moment).

Le traitement télévisuel de la mort de l'ancien chef d'Etat sud-africain, Nelson Mandela fournit un exemple formidable. Cette nouvelle a alimenté toutes les chaînes d'information du 6 décembre (date de l'annonce du décès par Jacob Zuma) au 15 décembre 2013 (date de son enterrement). De France 24 à Gabon Télévision, en passant par Equinoxe Télévision (Cameroun), les chaînes de télévisions internationales en ont fait un sujet de débat, l'actualité portant sur cet événement.

³⁹² Gaël Villeneuve, *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*. Préface d'Erik Neveu, Grenoble, PUG, 2013.

³⁹³ *Op. cit.*, p. 18.

³⁹⁴ *Ibidem*, p. 27.

Pour ce qui est d'*Agora*, l'organisation et le choix des thèmes de débat incombent au seul présentateur-producteur : « Je choisis les thèmes en fonction de l'actualité du moment et il faut noter que l'émission est ouverte à toute sorte de thème : politique, social, économie, et sur les thèmes tabous, etc. »³⁹⁵. En partant du fait qu'un présentateur ne peut à lui seul organiser une émission de débat, l'auteur de *Les débats télévisés en 36 questions-réponses* précise que ce dernier doit s'en remettre à son équipe. Il écrit : « Dans toutes les émissions de débat, l'alter ego invisible du présentateur est le rédacteur en chef. C'est un spécialiste du jeu politique, expert dans les rapports de force, les tendances, les questions qui polarisent ce microcosme... qu'il fréquente avec assiduité ». Gaël Villeneuve pense en effet que : « Dans chaque émission de débat, plusieurs personnes concourent à la réussite du programme. Le présentateur de « Mots croisés » peut ainsi compter sur une équipe à temps complet de quatre personnes, en plus de la dizaine d'intermittents du spectacle qui contribuent à sa réalisation. Pour l'émission britannique « Question Time », débat télévisé historique de la BBC, on trouve à peu près le même nombre de personnes au travail. D'autres émissions comme « Le Grand Jury » comptent une équipe moins formalisée, même si chacun des trois interviewers de l'émission met à contribution son assistant personnel »³⁹⁶. Cette citation montre les limites auxquelles fait face Agora. Le présentateur-producteur décide tout seul des thèmes d'une émission sans ligne éditoriale clairement établie : l'émission traite de toutes les questions y compris les « questions tabous » sans se soucier de la cohérence du concept qu'elle représente³⁹⁷. Dans un tel contexte, cette émission devrait avoir autant de rédacteurs en chef spécialistes de ses domaines, que d'assistants, etc., « dont le travail » consisterait « à amalgamer les problématiques pour construire l'armature et la problématique de l'émission ». Dans ce sens, « au cours du débat, les « journalistes plateau » assistent le présentateur, en cherchant en direct sur Internet depuis la régie de l'émission certaines informations stratégiques pour le déroulement du débat, informations transmises ensuite dans

³⁹⁵ Entretien avec Hasse Nziengui, présentateur-producteur de l'émission *Agora*, *op. cit.* Cf. Tome II, annexe 16, *op. cit.*, p. 638-639. Nous ne pouvons dire ici s'il a consacré un numéro de son émission à Nelson Mandela.

³⁹⁶ Gaël Villeneuve, *op. cit.*, p. 24.

³⁹⁷ Au public qu'on interroge : « *De quoi doit parler une émission culturelle* » la réponse inattendue est la suivante : « *Une émission culturelle doit parler de tout et de rien* ». Agora, par sa définition étymologique renvoie à une conception raffinée du débat intellectuel.

l'oreillette au présentateur »³⁹⁸. On en conclut que nombre de déficits techniques et organisationnels propre à Gabon Télévision et à l'émission Agora posent problème dans la conduite des choix des sujets de débats et des règles de conduite professionnelles sur le plateau de télévision. Comme le rappelle le journaliste Chamberland Moukouama, on assiste plus à : « Avec emphase, ils parlent sans convaincre dans un exercice de questions toutes convenues, le style dépouillé de tout effort de rigueur dans ce que la langue française comporte de règles et de convenances dans un débats sérieux ». De même, il y a deux ans, Orly le Nobel réagissait à travers un post sur la critique d'Agora : « Débat totalement déséquilibré... Le débat contradictoire au Gabon a encore un long chemin... avant d'atteindre un niveau convenable »³⁹⁹.

Le choix des sujets ne nous donne pas la possibilité de dire avec certitude quelle expertise développe cette émission. Cependant son éventail des thématiques à larges bandes d'intérêts journalistiques montre que c'est une « émission-fourre-tout », dont le manque de « hauteur » et les « questions convenues » posent un double problème : d'une part, celui de l'appropriation des pratiques professionnelles en termes de culture journalistique, et d'autre part, celui des savoirs diffusés par la télévision en général, et Gabon Télévision en particulier.

8.4.3. Les invités du plateau télévisé

Pour Gaël Villeneuve, il existe trois catégories d'invités sur un plateau de télévision. La première catégorie d'invités est composée de personnes qui espèrent construire une crédibilité ou une notoriété par leurs interventions au cours d'un débat télévisé. « Une intervention à la télévision est une distinction à laquelle la plupart des acteurs de la vie publique n'accéderont jamais [...]. Des élus font la queue dans le couloir pour espérer passer à l'émission »⁴⁰⁰. La deuxième catégorie d'invités est composée d'individus qui apportent leurs témoignages sur le plateau. Enfin, la troisième catégorie est constituée de « ceux qui ont un produit à faire connaître : un livre, un film, un article de presse qui représente leur engagement dans la vie publique »⁴⁰¹. Les profils d'invités sur un plateau en assurent la diversité, la possibilité d'un construit sur la base d'expériences et

³⁹⁸ Gaël Villeneuve, *op. cit.*, p. 25.

³⁹⁹ Rappels de quelques citations antérieures extraites des captures d'écran.

⁴⁰⁰ Gaël Villeneuve, *Ibidem*, p. 20.

⁴⁰¹ *Idem*.

de différentes opinions. Cette structure en matérialise la richesse. En ce qui concerne l'émission *Agora*, les procédés et les processus sont différents. En effet, le « présentateur/producteur/rédacteur en chef » fait lui-même le choix de ses invités en fonction des thèmes qu'il souhaite aborder. Il affirme : « Je choisis les invités de la même façon, pourvu qu'ils aient des propos, des positions opposés ou contradictoires »⁴⁰². Or, pour une émission structurée autour d'une équipe de professionnels, des journalistes sont chargés de constituer « le plateau en contactant la plupart des invités. Pour de raison de protocole et de bienséance, les invités les plus illustres sont directement contactés par le rédacteur en chef »⁴⁰³. En assumant toute la chaîne de la production journalistique, *Agora* échappe à la reconstruction socio-sémiotique du sens de l'actualité aux yeux des publics d'une émission de télévision. Le contexte médiatique du Gabon et les contraintes sémio-pragmatiques de la médiation des contenus jouent ainsi un rôle déterminant dans cette approche du journalisme d'expérience gabonaise. La question est de savoir pourquoi oppose-t-on la profession à l'information, les pratiques à la consolidation du métier, la télévision à ses publics à travers ce qu'il convient désormais d'appeler l'héroïsme du « journalisme populaire gabonais » ?

8.4.4. La culture dans l'émission *Agora* : analyse d'un « point de vue »

Dans ce contexte d'énonciation, quels types de savoirs l'émission *Agora* diffuse-t-elle ? Ici se pose un problème qui relève de la production. Les invités qui y interviennent, pourtant souvent considérés comme des intellectuels et/ou universitaires, hauts cadres de l'administration, ramènent les débats aux acceptions personnelles et aux querelles idéologiques ou individuelles. Cette attitude perd les téléspectateurs. A l'issue d'une écoute, Ils en sortent plus souvent frustrés et insatisfaits parce que n'ayant rien retenu d'essentiel ou d'instructif. Or comme le pense Emile Boulingui Koumba: « La culture télévisuelle, c'est donc ce qui vous reste quand vous avez terminé de regarder une émission ; qu'est-ce que vous avez retenu en termes de culture, de connaissances ? Parce que la culture c'est ce qui nous reste quand nous avons tout perdu. Après l'agitation des acteurs sur les plateaux d'émissions comme *Agora*, que retiennent les

⁴⁰² Cf. Tome II, annexe 16, entretien n° 32, *op. cit.*, p. 638-639.

⁴⁰³ Gaël Villeneuve, *op. cit.*, p. 25.

télespectateurs ? Quand Akendengue [musicien gabonais] chante « *Piroguier* », « *Libérez la liberté* », « *La hache coupe l'okoumé* », car ce qui reste, c'est ce qu'on retient au-delà de la mélodie, c'est le message [...] »⁴⁰⁴. Est donc ici remise en cause la capacité à organiser un débat structuré, faisant référence à des notions précises, construites à partir des raisonnements cohérents et une argumentation logique juste et douée de clarté, capables d'instruire et cultiver le public. Or, en cette matière, les références convoquées dans l'émission ne font guère l'unanimité.

8.4.5. Des références convoquées pendant une émission

Lorsque des invités sont appelés à intervenir sur un plateau de télévision, c'est en raison de leur expertise sur le sujet débattu ; c'est-à-dire que leurs profils intellectuels et connaissances deviennent les paramètres sur lesquels le journaliste et son équipe s'appuient pour construire la cohérence et la pertinence d'un débat. Les invités peuvent ainsi démontrer leur expertise en exposant leurs savoirs qui eux pourraient être tirés des livres, des expériences collectives ou des théories scientifiques connues.

Si l'on s'en réfère au numéro de l'émission Agora intitulé « La tradition bwitiste fait-elle partie de la sorcellerie ? » diffusée il y a plusieurs années⁴⁰⁵, ayant pour invités Atome Ribenga, maître initiateur bwitiste et Bishop Sylvain Edzang, pasteur à l'église Ministère de l'Esprit et de la Justice (MEJ). Que peut valoir le discours d'un bwitiste contre le discours « dogmatique » d'un pasteur ou inversement ? Cette émission comme d'autres suscita davantage d'interrogations qu'elle n'apporta des réponses. D'entrée de jeu, le pasteur déplora une certaine confusion dans la formulation du thème du débat. Il s'adressa au présentateur de l'émission en ces termes : « Quand vous êtes venu me voir pour [me demander de] passer à l'émission, il était question de parler de la sorcellerie en général et là maintenant, le thème actuel c'est de parler uniquement du Bwiti, je crois que... ». Face à l'expression de la désolation de cet invité, le présentateur l'interrompt en répondant : « oui on va revenir sur ça [le thème], on va revenir sur la sorcellerie, pour l'instant on est sur le factuel et après on va peut-être revenir dans le débat ». Ces propos échangés dès l'amorce du débat introduisirent l'idée que les échanges puissent

⁴⁰⁴ Cf. Entretien n° 26 avec Emile Boulingui Koumba, tome II, annexe 14, p. 616-618.

⁴⁰⁵ Emission Agora « La tradition bwitiste fait-elle partie de la sorcellerie ? », visualisable sur <https://youtu.be/ilW9n2mxgh8>, mise en ligne le 28 août 2011. Notre choix a été porté sur ce numéro pour son caractère « culturel » (du moins par son titre) et pour sa disponibilité en ligne.

aller dans tous les sens, car le thème arrêté séance tenante sur le plateau de l'émission ne fut pas plus explicite, le journaliste et les invités ayant une compréhension différente. D'emblée, nous nous demandions ce qu'il en sera pour le public, que pourrait-il en retenir ? Car, au-delà des propos vindicatifs échangés par les protagonistes sur le plateau, il était difficile de sortir de ce débat avec des informations utiles à propos de la connaissance de la tradition bwitiste et de son rapport à la sorcellerie, voire à l'église, comme le promet ce numéro de l'émission, les échanges étant affectés par des divagations de toute sorte. La conduite de l'émission posait ainsi problème. Si l'on s'en tient aux commentaires des publics, un « conducteur » structuré, une thématique bien élaborée et surtout un bon choix d'invités auraient produit un meilleur rendement. Les captures d'écran de cette émission ainsi que d'un des commentaires donnent le ton de la critique :

Captures d'écran n^{os} 16 et 17 : Illustrations du désarroi du public face à la conduite de l'émission



The image shows a screenshot of a YouTube video player. On the left, a man in a patterned shirt is speaking. On the right, a list of comments is visible. The comments are:

- John Moscato • il y a 5 ans
CE PASTEUR EST TT JUSTE IGNORANT
1 like
- M k • il y a 8 mois
Pasteur idiot
1 like
- Yorick Medzegue • il y a 2 ans
Ce pasteur est ridicule. C'est incroyable. Quand on vient débattre le minimum c'est de s'informer!!!
5 likes

Below the video player, there is a comment from 'Le Fils de MABICKA • il y a 6 ans' which reads: 'Il faut demander à celui qui dirige les débat au sein de cette émission de revoir ses copies et ça manière de statuer'.

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur YouTube.

De toute évidence, le présentateur de l'émission n'avait pas créé les conditions d'une meilleure compréhension du problème. Autrement dit, le public qui l'a suivi ne put prétendre améliorer sa compréhension et son jugement de la tradition bwitiste en relation avec la sorcellerie. Finalement, le public demeura moins informé qu'il ne le fut avant la diffusion de l'émission.

8.4.6. Agora et la médiation culturelle

Une émission de télévision, par le pouvoir qu'elle a d'associer l'image au son, est un cadre de référence, d'identification et d'autoreprésentation culturelle et sociale. La télévision, pour affirmer son ancrage référentiel, a besoin de produire et reproduire les éléments de la culture nationale, que ce soit au plan vestimentaire (« habillement des journaliste »), au plan du langage (« discours et contenu »), ou au plan du décor (habillage), etc. En effet, ces lieux d'expression de la culture permettent à la télévision de construire et de revendiquer une identité culturelle et symbolique dont les journalistes et les techniciens des plateaux deviennent en quelque sorte les promoteurs et ambassadeurs. Abraham Moles écrit : « toutes les expressions reçues dans le champ social sont disparates, disjointes, souvent contradictoires, ce sont elles qui vont se fixer au hasard dans le cerveau et lui serviront d'écran de référence de culture »⁴⁰⁶.

L'identification du public à un média se construit par rapport à sa programmation comme nous l'avons spécifié en première partie. Celle-ci devrait en refléter les attentes et besoins. Cette exigence est encore plus forte pour les téléspectateurs des télévisions publiques nationales. Pour ce faire, engager le dialogue publics/télévision nationale de service public équivaldrait donc à la reconstruction de l'intersubjectivité reconnaissable aux deux pôles de la communication sur des bases sémio-pragmatiques et des logiques de symbolicité discursive. Donner sens à la télévision s'apparente donc à créer une « communauté invisible de téléspectateurs », à définir des rituels autour des « réunions convoquées » par les médias grâce à l'ancrage référentiel.

⁴⁰⁶ Abraham Moles, « La radio-télévision au service de la promotion culturelle », in *Communication*, 7, 1996, p. 2.

Cette identification peut être réalisée à travers les « codes phatiques »⁴⁰⁷ spécifiques des codes socioculturels en circulation dans les espaces de communication symbolique. Les décors, les graphismes, l’habillage, le style et le ton de présentation peuvent modeler ces codes de façon sémio-pragmatique pour ainsi anticiper et/ou structurer la réception. Ainsi, si les publics peuvent partager (lorsque « téléspectateur institutionnel » coïncide avec le « téléspectateur de chair et de sang ») ou ne pas partager (pour ce qui est du « public empirique » critique) les contenus médiatiques de la télévision nationale, ils pourront néanmoins l’intégrer dans leurs univers de référence comme un objet structurant leurs univers socio-sémiotiques, voire socio-symboliques. Le public formule ainsi une exigence de communication minimale à la télévision qui contribue à cultiver ses références et construire sa vision du monde⁴⁰⁸. Dans ce cas d’école, Agora aurait pu se construire sur la base du concept éponyme, en s’appropriant les racines grecques de ce concept, ou l’adapter à la palabre africaine que Guy Rossatanga-Rignault recommande de « conserver »⁴⁰⁹. Ainsi la mode gabonaise, à travers l’habillage de l’émission, la musique de contenu ou de générique, la composition et la structure du plateau, etc., auraient-ils dû inspirer son producteur de sorte qu’il façonne un langage, un style et un ton susceptibles d’engendrer un discours sémio-pragmatique pertinent adaptés à une diffusion-réception contextuelle en phase avec les univers culturels ou socio-symboliques du Gabon. En cette matière, impossible de donner à l’émission une identité gabonaise, notamment en raison des arguments ci-dessus. Les captures d’écran qui suivent, l’attestent sans compromis :

Captures d’écran n° 18 et 19 : L’habillage de l’émission « Agora », un problème d’identité visuelle de cette émission de plateau tv



⁴⁰⁷ Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale*,

⁴⁰⁸ Bill Kovach, Tom Rosentiel, *Principes du journalisme le public doit exiger*, Paris, Nouveaux Horizons, 2000

⁴⁰⁹ Guy Rossatanga-Rignault, « A propos de patrimoine dynamique(s), n° 1, « Aux sources de la tradition »,



Agora du 8/04/2010 - 5/8 :

Mallendi s'explique...

2 287 vues



4



0



Partager



Télé...rger



Ajouter à

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur YouTube.

Comme on peut le voir, le concept de cette émission est bien peu lisible en image. Rien en effet n'évoque le concept Agora dans sa tradition philosophique grecque ni dans sa conception traditionnelle africaine incarnée et matérialisée par le « mbandja » ou « corps de garde » en Afrique centrale, ou le baobab en Afrique de l'ouest. La déconnexion avec les archétypes culturels du terroir se passe de commentaires. C'est probablement ce qui justifie le pourcentage de 55,89% d'enquêtés qui trouvent l'habillage, les plans et les décors de l'émission ordinaires et ennuyeux. Hormis ces éléments formels, à la limite techniques, il importe d'insister sur le fond, c'est-à-dire sur ce qui est culturel dans l'émission *Agora*.

Tout compte fait, au niveau culturel, cette exigence passe par l'ancrage national des contenus. Que disent les invités de la culture du Gabon, de son anthropologie, de sa société, de ses romanciers, philosophes, mathématiciens, archéologues, voire de ses traditions culinaires, de sa canopée et de sa flore, etc. (avec l'expertise attendue que les publics gabonais reconnaissent à RFI et TV5 qui sont devenus leurs médias les plus familiers) ? Il est par exemple étonnant qu'un linguiste invité sur le plateau d'*Agora* vienne parler de politique dont il n'est pas spécialiste, et que des littéraires y viennent pour des questions de politique linguistique nationale ou des problématiques relatives aux réseaux de voiries nationales. Dans l'un ou l'autre des cas, il est évident que ce type d'expertise ne peut satisfaire les attentes (culturelles) du public⁴¹⁰, et donc satisfaire à l'exigence de vérité à laquelle est attachée la démarche journalistique. Elle

⁴¹⁰ Cf. Tome II, annexe 23, Transcription n° 1, vidéo d'enquête au village Tchad II.

aboutit à un résultat évident : la dépréciation de l'image sociale de l'élite intellectuelle, ceux-ci intervenant à la télévision comme des amateurs des questions dont ils ne sont pas spécialistes et pour lesquels ils ne seraient sans doute jamais invités sous d'autres cieux comme spécialistes. Dominique Wolton va plus loin dans cette analyse : « personne n'accepterait que la médecine, l'armée ou la politique soient traitées par le dernier stagiaire. Il n'y a que la culture qui ait un tel traitement, [...] »⁴¹¹. Pour Bill Kovach et Tom Rosentiel : « Si le journalisme s'est quelque peu fourvoyé, c'est en grande partie parce qu'il n'a pu conserver le rôle qu'il jouait naguère dans la vie des gens ; il est devenu indifférent, aussi bien à son public traditionnel qu'aux générations nouvelles. Nous avons tenté de montrer qu'une des raisons essentielles de cet échec tient au fait que les journalistes ont renoncé à donner une information tout à la fois complète et équilibrée »⁴¹². La notion de « complète et équilibrée » ici a un sens bien précis, dès lors qu'il s'agit des émissions-débats. La fonction d'un présentateur l'y oblige à amener les invités à dire ce qu'ils ne peuvent/veulent dire (par exemple) et que le public attend qu'ils disent. Gaël Villeneuve précise que « le débat est un produit journalistique qui doit contredire, contrarier, froisser un minimum les représentations les plus courantes du fait social qu'il met en scène »⁴¹³. Pierre Bourdieu ne dit pas autre chose lorsqu'il affirme : « Le rôle du présentateur c'est ce qui frappe toujours les spectateurs [...]. C'est lui qui impose le sujet, qui impose la problématique [...]. Il impose le respect de la règle du jeu »⁴¹⁴. Lorsqu'un journaliste refuse de faire face à ses responsabilités éthiques et déontologiques pour assumer une position de « modérateur », il y a de fortes chances que la vérité attendue du public ne sorte pas de la bouche de ses invités qui ne courent qu'un seul risque : celui de dire que ce qu'ils sont venus dire sur le plateau de télévision. Si les pratiques journalistiques constituent un des maillons de la production et de la diffusion de la culture des professionnels de la presse, il va s'en dire que sa maîtrise facilite l'accès aux contenus qu'elle produit. Jacques Chancel de l'exprimer en ces termes : « la télévision qui est un miroir nous en montre chaque jour les dérives. On pensait rassembler les hommes. On voit des ignorants damer le pion aux philosophes. Le non-savoir devient prétention. Propos tonitruants, certitudes

⁴¹¹ Dominique Wolton, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, op. cit., p. 195.

⁴¹² Bill Kovach, Tom Rosentiel, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, op. cit., p. 189.

⁴¹³ Gaël Villeneuve, *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*, op. cit., 71.

⁴¹⁴ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision suivi de l'emprise de journalisme*, Paris, Raison, 2008, p. 33 et 35.

assommées, l'esprit (mauvais) s'emballe »⁴¹⁵. En effet, la culture produite par la télévision débouche sur une diffusion de masse. Celle-ci a pour support des contenus inspirés des sciences, du cinéma, etc. Les livres publiés par les auteurs gabonais à propos de leur pays (des arts, traditions, etc.) devraient en faire des invités-cibles des médias publics et privés. Leur présence sous ces conditions à Agora aurait contribué à en crédibiliser les contenus, et permis aux téléspectateurs de recevoir des connaissances « utiles » aidant à une meilleure compréhension de leurs milieux socio-anthropologiques. L'Agora s'apparenterait ainsi au Corps de garde, à ce lieu public, cette tribune où se traitent et se débattent les questions fondatrices et directrices de la cité. En d'autres termes, « Agora » grec et « Corps de garde » africain exigent que le détenteur de la parole dispose de qualités qui crédibilisent son intervention. Si en Grèce, la contradiction pouvait venir de quiconque était habilité, dans le Corps de garde, la sagesse due à l'usure du temps et ses enseignements ainsi que l'expérience acquise dans l'exercice de la vie dictent les traditions, l'éducation, et donc de l'orientation générale de la cité. Agora et le corps de garde ont rarement été des lieux populistes comme cela s'est laissé entendre dans l'esprit de nos enquêtés. Or, la prétention de l'émission à vouloir assumer un rôle d'éducation a été faite au cours de ses nombreux numéros. Dans ces conditions, on est bien amené à s'interroger si l'état de sa production, de sa réalisation et de son animation convient au public que l'émission se serait définie, ainsi que l'illustre la capture d'écran ci-après :

Captures d'écran n° 20 : « Agora » et l'enfance gabonaise : une émission au cœur de la problématique de l'éducation de la jeunesse. Ici, des enfants sur le plateau de l'émission



⁴¹⁵ Jacques Chan

Source : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Capture d'écran obtenue sur YouTube.

La formation du citoyen dans la Grèce antique et l'initiation dans les traditions ancestrales gabonaises en disent suffisamment long. Pour ce qui concerne les traditions gabonaises, elles reposaient sur un code dont les aînés et autres patriarches ou matrices devaient en livrer les clés, le mode et le rythme ainsi que les contextes ou circonstances. Dans cette optique, le sens scientifique de la culture diffusée par *Agora* est en réalité une sorte d'audimètre sans aucun lien avec la construction journalistique voire sociale des objets. Chacun sur le plateau « ergote » dans tous les sens. L'idée de culture est davantage éloignée du sens que le mot revêt dans le terroir ou celui que lui donnent les multiples formations scolaires et universitaires du Gabon. L'esprit de la « Res publica » ou du « demos cratos » galvaudé fait constater la révolution de la parole au rabais, comme l'ont assertée les personnes enquêtées ayant partiellement rempli leurs questionnaires et les commentaires obtenus sur les réseaux sociaux. De plus, le présentateur évoque le « débat contradictoire », or concrètement sur le plateau, il ne s'agit pas de contradiction. Il s'agit davantage de « pensée contraire » ou « contradictoire ». De toute évidence, deux ou plusieurs débatteurs discutent d'un sujet. Soit ils tombent d'accord, soit ils s'opposent personnellement au lieu d'opposer les idées défendues. Dès lors, la contradiction n'intervient que si l'un des débatteurs affirme un temps et sous le même rapport le pour et le contre de sa proposition.

Si l'on s'en tient aux définitions de la culture posées en première partie du travail, la tradition renvoie à la culture anthropologique en général et non au sens de pratique

culturelle issue de l'observation de ces traditions. Dans le numéro d'*Agora* analysée plus haut, le présentateur pose trois problèmes distincts dans la production et la présentation de son émission :

- d'une part, le manque de connaissance relative à la culture « anthropologique » : elle s'observe dans la formulation du thème de l'émission du jour ;
- d'autre part, le manque de culture « cultivée » en termes de connaissance des sujets discutés : les enquêtés trouvent les émissions ordinaires et ennuyeux (59,55%) ;
- enfin le manque de culture « professionnelle » : le journaliste peut s'autoriser à changer un thème préparé avec ses interlocuteurs et annoncé comme objet du débat sur le plateau au démarrage de la diffusion. Pour les enquêtés, ces informations peuvent montrer le caractère « amateur » et « brouillon » de la performance journalistique (47,47%).

Toutes ces absences produisent une confusion et mènent à conduire l'émission sous un certain angle, notamment celui de la domination du plateau par les invités qui « dictent souvent leurs lois », plutôt que sous celui du débat contradictoire qui lui est cognitif et intelligent. Cette attitude renvoie aux points de vue des enquêtés qui estiment que les présentateurs des émissions de Gabon Télévision en général, et celui d'*Agora*, en particulier, « ne sont pas à la hauteur des enjeux des émissions qu'ils présentent » dont l'occurrence culmine à 63,76% d'opinion. Selon ce que nous avons appris de la philosophie grecque au lycée, dans l'*Agora* ancien où débattaient les philosophes, il y avait l'étape d'élucidation des positions des orateurs, celle de la contradiction autour des positions et une dernière étape, celle du dépassement des contradictions. C'était celui de l'éclatement de la vérité. Une phase où on cherchait à trouver un point d'équilibre, quitte à revenir sur les contradictions non levées à un prochain débat et perpétuer ainsi la tradition de la démocratie et l'exigence de la transparence. Ce principe, à toute chose égale par ailleurs, gouvernait aussi le fonctionnement du débat dans le « Mbandja » où la vérité devait nécessairement l'emporter sur le mensonge et l'illusion. Or, dans la quasi-totalité des numéros d'émissions *Agora* visualisés, le sentiment prédominant est que les invités sont en mésentente permanente, du début à jusqu'à la fin de l'émission. Ce qui signifierait que les hommes et leurs figures sociales respectives sont plus

importants que les idées incarnées, et au demeurant qui doivent « se choquer et s'entrechoquer pour produire du sens, de la culture » tant vendus par la promesse audiovisuelle du programme.

Dans le cadre du numéro consacré au Bwiti comme tradition ou rite initiatique et élément fondamental de la culture gabonaise, il semblait significatif d'inviter :

- un initié au rite Bwiti (qui connaît les mystères de sa pratique dans sa dimension profane et sacrée) ;
- un anthropologue (qui connaît l'Homme et son besoin du sacré) ;
- un sociologue (qui connaît la place qu'occupent ces rites dans les rapports sociaux toujours nimbés de mystères et qui a étudié le Bwiti comme fait social) ;
- un médecin pharmacologue (qui connaît les vertus hallucinogènes et thérapeutiques de la plante *ibogha* utilisée lors du rituel bwiti) ;
- un tradi-praticien (qui sert de guide afin que par la transe occasionnée par l'absorption de l'*ibogha* l'initié découvre de lui-même, grâce au voyage liturgique ainsi provoqué, la maladie dont il souffre, son origine, son sens et la médication appropriée pour en guérir) ;
- un philosophe (qui ne s'interdit rien comme objet de pensée et qui a interrogé ce phénomène social et anthropologique) ;
- un homme d'église (fermé aux traditions africaines qui l'analyse du point de vue chrétien) ;
- un autre homme d'église ouvert (qui va faire la part des choses entre ce qui relève de la tradition et parfois des perversions) ;
- et enfin, un citoyen qui a connu la guérison grâce à son initiation au Bwiti. Il sera accompagné d'un autre malade qui n'a pu être guéri⁴¹⁶.

Cette architecture des débatteurs nous aurait sans doute donné une meilleure perception du phénomène, à condition que le conducteur de l'émission, le temps d'intervention de

⁴¹⁶ Il est important de souligner qu'il existe six variantes du Bwiti : le Bwiti Dissumba (originaire des peuples Tsogo et Apindji, il s'occupe de la détection des esprits de sorcellerie pour l'équilibre de la société). Le Bwiti Missoko-Ngondet (c'est celui de la guérison des maladies). Le Bwiti Ndéa à Kangué (qui est inaccessible aux profanes). Il est celui des lamentations dans lequel est pratiquée la manducation « mystique ». Le Bwiti Akoma (celui des cérémonies grandioses, spectaculaires, avec danses agiles, sauts et cabrioles). Le Bwiti Ndjobi (qui est spécialisé dans la traque des sorciers). Et le Bwiti syncrétique Fang (qui est un mélange de traditions locales et du christianisme).

chacun et les objectifs de l'émission ainsi que les thèmes préalablement identifiés soient correctement maîtrisés.

L'autre type d'attentes du public révélé par l'enquête de terrain est identitaire. Pour l'auteur de *Médias et classes populaires*, les publics aiment se reconnaître dans la télévision par ce que celle-ci est d'abord le miroir de la société dans laquelle ils se construisent. A cet effet, Vincent Goulet pense que : « [...] les usages culturels, médiatiques ou non, passent par une réappropriation, une forme de détournement du sens premier. C'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles la culture populaire s'appuie en grande partie sur la culture commerciale produite par les industries culturelles [...]. C'est ainsi que l'on peut expliquer le goût populaire masculin pour les collections, les maquettes, le bricolage [...] »⁴¹⁷.

La culture élitiste n'est pas donc le seul produit visé par les langages institutionnels de la télévision. La culture populaire y « fonctionne [aussi] sur le mode de recyclage plus que de la créativité propre, elle n'a pas besoin de se donner l'illusion d'être « originale » et « singulière » comme recherche à (se) le faire croire la pratique petite-bourgeoise qui ne l'est souvent objectivement pas plus »⁴¹⁸. Ainsi, ce que la télévision diffuse ou devrait diffuser se confond également à un certain état d'être des patrimoines oraux matériels et immatériels de la nation, patrimoines à travers lesquelles les élites et le peuple s'identifient, et se reconnaissent comme partageant une même identité et/ou des mêmes références socio-anthropologiques. Ce rôle Gabon Télévision l'avait assumé dans le temps, avant que la chaîne publique ne rencontre son destin actuel. Dans un article publié sur le portail numérique d'un récent média dédié à la culture, le journaliste spécialisé Samperode Mba écrit :

Encadré n° 4 : Premier extrait de « Médias et culture au Gabon »

La RTG a été sans doute le meilleur instrument d'éducation et de divertissement mis en place par l'Etat au cours des six dernières décennies. L'institution qui avait pourtant des moyens limités à la dimension du pays s'est employé pendant très longtemps à produire des émissions et des films qui rappelaient aux Gabonais ce qu'ils étaient, d'où ils venaient et comment ils pouvaient affronter les influences

⁴¹⁷ Vincent Goulet, *op. cit.*, p. 309.

⁴¹⁸ *Ibidem*, p. 309.

extérieures. C'était évidemment une époque où les hommes et femmes de médias formés étaient d'un nombre insuffisant. Et pourtant, que de travail abattu. Les séries « Où vas-tu Koumba » et « L'Auberge du Salut » ont fait leur effet. Les émissions de littérature, de danse et de musiques se sont succédées. Avec elles, des talents sont nés. La RTG était donc capable d'informer, d'éduquer et de divertir son peuple avec ses programmes. Non pas qu'il n'y avait pas de programmes étrangers (Dallas, Dynastie, Côte Ouest, Falcon Crest, Colombo, Maggy, L'Ecole des Fans, La Dictée de Pivot, etc.) mais que ces derniers étaient, dans la politique de cette époque, secondaires⁴¹⁹.

Pour conclure son analyse portée sur le traitement de la culture dans les médias d'Etat, Samperode Mba rappelle :

Encadré n° 5 : Deuxième extrait de « Médias et culture au Gabon »

Et puis il y a eu pendant plus d'une décennie « Les Danses et Traditions de chez nous » de Richard Moubouyi. C'est ainsi qu'un Ghisira pouvait savoir ce qu'était l'épopée Mvett grâce à une prestation d'Akué Obiang, un Téké pouvait avoir une idée du rite Mwiri, un omyènè pouvait voir la danse Ikoku. C'était ainsi chaque dimanche. Cette œuvre colossale de Richard Moubouyi a disparu avec lui-même après avoir longtemps cassé les barrières, détruit les préjugés et fait accepter les mariages interethniques.

Pendant ce temps, même le cinéma s'appuyait sur les traditions. « Ilombé » et « Obali » sont devenus au fil des ans des classiques que l'on demandait à revoir à la télé. C'était au moins gabonais⁴²⁰.

Ce propos dénote le dépouillement de la culture gabonaise dans les médias publics gabonais aujourd'hui, marquant par ailleurs l'importance de leur aspect sociologique dans la construction de l'identité nationale. Désormais la production et la diffusion des cultures produites au Gabon sont réduites à une portion plus que congrue. L'analyse de l'émission *Agora*, émission la plus appréciée du PAG et de Gabon Télévision, s'est attelée à le démontrer. Selon les enquêtés, et nous partageons cette position, cette émission si populaire aurait pu renouer avec ce temps fantasmé en introduisant « sémiopragmatiquement » et de façon pertinente des contenus culturels lisibles et reconnaissables comme tels par n'importe lequel des téléspectateurs gabonais, sous un certain nombre de contraintes techniques et professionnelles.

⁴¹⁹ Samperode Mba, « Médias et culture au Gabon ». [Http://cultures241.com/834-2/](http://cultures241.com/834-2/), consulté le 7 août 2017.

⁴²⁰ Samperode Mba, *op. cit.*

In fine, l'importance et la place qu'*Agora* occupe dans la conscience populaire gabonaise comme émission dite « culturelle » de premier choix recouvre au moins trois significations :

1. le public gabonais semble subir le contrecoup des contenus médiatiques culturels qu'il regarde à la télévision publique nationale. Une grande part de responsabilité de la chaîne, et notamment ses acteurs « reproduiraient » des langages, des discours et des représentations dont elle serait en quelque sorte les véritables émetteurs. Leurs diffusions auraient ainsi constitué une cohorte d'individus adeptes des contenus actuels. Ce sont les « publics intentionnels » de Gabon Télévision. Ceux-là qui la regardent « toujours et souvent » (49,72%) ;
2. cette herméneutique des publics démontre que, malgré une connaissance limitée de la télévision et de l'univers professionnel des médias, se dégage un public critique empirique réel satisfait des différentes prestations des journalistes de la chaîne (63,48%).
3. Enfin, cette herméneutique tend à attester que la télévision publique gabonaise a failli à son devoir formulé dès sa création : éduquer les sujets-citoyens. Si cinquante-quatre ans (1963-2017) après celle-ci, la télévision nationale ne formule pas de projet d'indépendance économique et politique, il sera difficile d'envisager son autonomie et son émancipation véritables, de sorte qu'elle continuerait d'assumer les contraintes professionnelles et socio-symboliques qui l'ont amenée à migrer vers une paupérisation toujours croissante de ses contenus « culturels ». Cette idée est portée par le public qui pense que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture ou quand elle le fait, cette diffusion ne répond pas aux besoins réels des publics. Ils représentent les $\frac{3}{4}$ des personnes interviewées (acteurs médiatiques, hommes politiques et autres personnalités publiques confondus).

Ainsi dit, la culture à la télévision reste un problème central à résoudre. Et il ne sera pas vain de croire que la diversité des publics attestée de Gabon Télévision ne reste pas moins un début de résolution de cette problématique épineuse autour de laquelle, d'une part, se focalise la perception de/des l'identité(s) nationale(s), et d'autre part, se structure la réalité sociologique et le sens que les Gabonais dans leur ensemble ont tissé avec leur média public depuis les années 1990. A ce titre, la question culturelle reste entière, puisqu'elle dépend comme on le sait désormais objectivement, à la fois des contextes politiques, des facteurs professionnels et surtout de la demande populaire dont la morphologie ici révélée ne demande qu'à être admise comme point de départ à d'autres réflexions.

La problématique du développement de Gabon Télévision ne peut donc s'appuyer sur les discours populaires tendant à admettre l'existence des contenus culturels dans une ou plusieurs de ses émissions, pas plus qu'elle ne peut l'être par rapport à une correction des faiblesses professionnelles et techniques de ses programmes les plus en vue. Ainsi entre Gabon télévision et son public émerge un défaut de communication que nous avons appelé « paradoxes » dès l'introduction générale de cette thèse.

Chapitre IX.

Une communication

« préoccupée »

La grande question que révèle notre enquête est ainsi posée : le message entre Gabon Télévision et ses téléspectateurs passe-t-il vraiment ? Quel média ces téléspectateurs ont-ils apprécié et qu'est-ce qu'ils ont apprécié de ce média ? A quels téléspectateurs le média public s'adresse-t-il ? La théorie sémio-pragmatique de Roger Odin nous a amenée aux frontières d'une crise de communication ou comme nous l'avons appelée, d'une « illusion communicationnelle » entre (E) et (R) à propos des textes télévisuels (culturels) (T) produits par (E) et (T') reçus par (R). C'est ce phénomène que nous analyserons dans ce chapitre sous le concept générique de « communication préoccupée ».

9.1. La communication « préoccupée » : essai de définition

Ce que nous désignons par communication « préoccupée » renvoie à une construction théorique. Dans la pensée de Roger Odin, la communication entre un Emetteur (E) et un Récepteur (R) est définie par un espace qui ne va pas de soi : l'espace de la

communication C. Dans ledit espace, il y a l'espace E de « l'Emetteur (E) », et « la vibration (V) » « située entre (E) et (T) : le travail de (E) est, en effet, de mettre en forme des vibrations pour produire du texte ». Mais il y a aussi l'espace R du Récepteur (R). « Quand on passe dans l'espace du Récepteur (R), ce texte est à nouveau réduit à des vibrations (V) et ce sont ces vibrations que (R) va à son tour transformer en texte : (T') »⁴²¹. Ainsi, dans l'espace fini C de la communication, existent deux espaces indéfinis de (E) et (R) constitutifs de deux univers sémio-pragmatiques d'où leurs textes (T) et (T') sont constitués. Ces deux espaces sont les espaces infinis de la production et diffusion des messages de (E) et de leur réception par (R). Ils sont déterminés par l'expérience des acteurs de la communication et par un espace socio-symbolique qui est en même temps l'espace de communication C. Pour (E) et (R), E et R sont antagonistes. Sous certaines conditions de communication, ils peuvent devenir compatibles. En cas d'incompatibilité, ils engendreront un modèle que Roger Odin désigne sous le concept de « *modèle de non-communication* »⁴²². Le chercheur s'empresse aussitôt de préciser : « cette position ne contredit pas l'affirmation de Paul Watzlawick selon laquelle « on ne peut pas ne pas communiquer ». Ce que veut dire le théoricien de Palo Alto, c'est qu'on peut ne pas ne pas émettre des signaux. Cela ne signifie nullement que ces signaux soient correctement interprétés par ceux qui les perçoivent »⁴²³. En d'autres termes, la communication « préoccupée » désigne une relation « dialogique » dont les « vibrations » de part et d'autre des actants de la communication perturbent la production et la réception de textes. Entre (T) et (T') le sens est ainsi préoccupé, c'est-à-dire diversement affecté par les conditions d'émission et de réception. La communication est ainsi « préoccupée » en ce qu'elle pose problème aussi bien pour (E) que pour (R). Elle débouche au pire des cas sur une incommunication, au mieux, sur une communication « non-communicationnelle »⁴²⁴, ou encore sur ce que nous avons très tôt désigné par « illusion communicationnelle ».

⁴²¹ Roger Odin, *Les espaces communicationnels*, op. cit., p. 19.

⁴²² Roger Odin, op. cit., p. 18.

⁴²³ *Idem*, p. 18-19.

⁴²⁴ Pour Anne-Beyaert-Geslin, auteur de *L'image préoccupée*, « *La photographie de reportage n'est pas une image comme les autres. Dès l'abord, parce qu'elle nous confronte à des scènes dramatiques, elle impose ses exigences, et d'abord celle d'une éthique du regard occasionnant une méthodologie particulière qui prend acte de l'événement avant de le décrire. Plus précisément, on pourrait se demander si l'affect de ces images n'impose pas une instanciation spécifique. En témoignant de la force d'un lien sensible, le chagrin qu'elles suscitent convoquerait une instance personnelle, intime et solitaire [...]* ». Paris, Hermès, 2009, p. 2-3. Inspirée par l'analyse de la communication de l'image

Dans ces conditions, écrit Roger Odin : « Une même personne peut donc se manifester sous la forme de différents (R) - (R1), (R2), (Rn) – suivant les faisceaux qui la traversent et produire à partir du même (V) différents textes : (T1), (T2), (Tn)... Inversement, différentes personnes pourront se manifester sous la forme d'un seul et même (R) et donc produire le même (T), si elles sont traversées par le même faisceau de contraintes »⁴²⁵. Pour ainsi dire, le chercheur pense que dans un espace de communication déterminé, la production des messages est soumise à un ensemble de paramètres qui rendent la réception correctement ou incorrectement interprétable par un seul ou un ensemble d'individus. Le « modèle production » désigne ainsi, en sémiopragmatique, un modèle de contraintes énonciatives contextuelles auxquels les actants de la communication doivent se soumettre et ainsi espérer construire un « espace de communication » non « préoccupé »⁴²⁶, c'est-à-dire non affecté par une diversité de vibrations (V) susceptible de distordre la production et la réception des énoncés communicationnels. Dans ce contexte, Emetteur (E) et Récepteur (R) deviendraient des instances « intimes et personnelles » déterminées à comprendre le « système de règles » qui organise la production du discours de son interlocuteur pour ainsi accéder à ses messages, cet effort déterminant alors l'accessibilité aux textes produits.

Cette réflexion que nous inspire le modèle sémiopragmatique d'Odin est intéressante à plusieurs titres. Au plan épistémologique, il permet de comprendre et de justifier les effets d'optique provoqués par la lecture de nos statistiques comme la résultante d'un dialogue interrompu au fil du temps entre le média public gabonais, Gabon Télévision, désormais intéressé à produire des langages destinés à un public institutionnel, ce public fictif, certes, mais qui peut coïncider avec un public empirique. Notamment ici, ceux qui « regardent toujours Gabon Télévision ». D'autre part, le public non-institutionnel, qu'il soit fictif ou réel, donc « de chair » entretiendrait *de facto* des relations complexes avec la chaîne publique en fonction des textes médiatiques produits. Ainsi le « Journal

journalistique, le terme « préoccupée » renvoie donc à l'idée d'une implication dans le discours de l'émetteur et/ou du récepteur (le photographe, et dans une certaine mesure la photo elle-même en l'absence de ce dernier dont elle le produit). Le terme met aussi en exergue l'implication phatique et émotionnelle du récepteur, ici le descripteur ou l'analyste qui devient alors le partenaire privilégié de l'émetteur dont il s'efforce de comprendre le message sur les bases du code éthique et moral qui lui est proposé l'énonciateur et son discours. Ici le photographe et sa photographie. C'est ce mécanisme qui nous intéresse et que nous retrouvons implicitement dans le concept de « non-communication » développée par Roger Odin.

⁴²⁵ Roger Odin, *ibidem*, p. 20.

⁴²⁶ *Ibidem*, p. 20-23.

Télévisé », occupe-t-il une place centrale dans son dispositif interlocutoire avec les publics gabonais, texte qu'ils consentent tous à écouter (regarder), sans coup férir. Les textes télévisés de Gabon Télévision sont ainsi au cœur d'un grand nombre de reproduction – (T1), (T2), (T3), (Tn) – en fonction d'une série de vibrations (V) – (V1), (V2), (V3), (Vn) – sources d'une communication profondément « préoccupée » ; c'est-à-dire sources de non-communication entre le média et une grande partie de ses publics (seulement près de 47% des enquêtes suivent la chaîne publique « toujours »).

9.2. Les langages inconciliables et la Babel de la concorde

Ainsi compris, la relation du média public gabonais à ses auditeurs serait-elle ramenée à une problématique des langages. Le langage des médias, les textes médiatiques (culturels), et les langages des publics sous-tendus par des attentes et des besoins divers (en matière de culture), mais aussi par des certitudes tenaces, pour une grande part seraient des textes non compatibles, les uns et les autres ne partageant pas les mêmes contraintes de production et de réception des discours.

D'un côté, le média propose une programmation annuelle dotée de divers contenus : de l'autre côté, ces programmes sont réinterprétés en fonction du contexte socio-pragmatique bien défini. Il en résulte qu'un grand nombre d'émissions : « La semaine du président »⁴²⁷, « Le message de l'islam », « Le Ndzimba », « Gabon Matin »⁴²⁸, « Pluriel », « Agora », « Dieu en question », « Le Ndzimba », « Grand sport », « L'arbre à palabre », « Ça s'explique », « Espace jeunes », « Grand angle », « La totale », « Cogito », le « Journal télévisé », « L'invité de Gabon Télévision », et « Heure de vérité », etc., pour ainsi dire, paraissent comme des émissions aux centres d'intérêt divers et parfois contradictoires (politique, social, musical, religieux, promotion de livres, de la science, etc.). Cependant, aux yeux de divers enquêtés, elles sont toutes pondérées d'une valeur culturelle à leurs regards pertinente. La question est donc la suivante : comment la culture est-elle encodée et comment est-elle décodée pour qu'Émetteur et Récepteur la perçoivent si différemment alors même qu'ils parlent tous d'un même objet : la représentation de la culture à la télévision publique. Il y a là un

⁴²⁷ Cette émission n'a jamais existé. En revanche une émission de Gabon Télévision était intitulée « La semaine de la CAN » en référence à la Coupe d'Afrique des Nations co-organisée par le Gabon en 2012.

⁴²⁸ C'est également le cas pour cette émission. Gabon Matin est le titre d'un quotidien public qui a disparu des kiosques. Les enquêtés ont cité ces deux émissions. Ce qui explique leurs présences ici.

problème de textes évident, qui nécessite un échange de points de vue sur une base contradictoire autour de la conception et la perception de la culture. Qu'est-ce qu'est donc la culture pour Gabon Télévision ? Qu'est-ce que la culture pour les publics ? A-t-elle la même connotation pour les élites et les hommes politiques gabonais ? De quelle culture parle-t-on ici ? Samperode Mba nous propose sa réponse dans cette longue citation :

Encadré n° 6 : Extrait de « Médias et culture au Gabon »

Alors que les télévisions nationales se sont modernisées ou sont en voie de l'être notamment en Côte d'Ivoire, en Angola, en Guinée Equatoriale et au Sénégal, au Gabon les innovations annoncées à Gabon Télévision restent au stade de projet. Faut-il croire que l'arrivée de la télévision publique consacrée à la culture (et à l'environnement) dans quelques mois (chronique de la mort annoncée de Kanal 7) va permettre de régler la question de l'absence de programmes culturels à la télévision publique ? Quoiqu'il en soit, Gabon Télévision, RTG2, Radio Gabon, Radio 2 et récemment Gabon 24 ont échoué. Considérablement. Ces institutions qui auraient dû être les vecteurs de la transmission des éléments de cultures gabonaises ont servi, sous le prétexte fallacieux de moyens techniques et financiers, de plateformes à la diffusion de cultures étrangères. La faute ensuite aux médias privés. Ils surfent évidemment sur la vague du désintéressement des Gabonais pour leurs cultures. L'essentiel des médias privés étant spécialisés dans la musique urbaine accordent une place prépondérante aux musiques, danses, langages, livres, sculptures et cinémas étrangers leur conférant ainsi « une supériorité » sur ce qui est produit au Gabon. Quand ils s'arrêtent finalement sur ce qui est fait au Gabon, il s'agit trop souvent de productions aux accents d'ailleurs. « Il faut parler ivoirien », « Il faut s'habiller américain », « Il faut danser congolais », « Il faut manger français ». En fait, « Il faut vivre au Gabon comme en exil⁴²⁹ ».

Ces écrits nous plongent dans l'incertitude des langages diffusés dans l'espace public gabonais quant à la présence de la culture gabonaise dans les médias au Gabon, et notamment dans les médias publics. Ils nous incitent surtout à reconsidérer notre propre posture de chercheur en quête d'un discours scientifique à construire à propos de la représentation de la culture dans les médias au Gabon. Une chose est maintenant sûre. S'il y a « discorde » et/ou confrontation des langages autour de la définition (ou la compréhension) de la culture entre spécialistes, publics, élites et leur média public, c'est que tous sont d'accord sur une chose : ils n'ont pas une représentation identique de la culture, encore moins de la culture gabonaise pour en faire un objet de traitement

⁴²⁹ Samperode Mba, « Médias et culture au Gabon », *op. cit.*

spécifique dans/par les médias nationaux. Cette certitude n'est plus qu'une vue de l'esprit. Elle fonde notre démarche qui consiste maintenant à apprécier la réception de notre formulaire par le public.

Par cette démarche, nous essayerons de comprendre la perception qu'il en a pour mieux interpréter ses textes quant à la présence de la culture à Gabon Télévision.

9.3. Les publics et la communication « préoccupée »

Les résultats de notre enquête de terrain posent globalement une question centrale : quelle pertinence leur donner s'ils contiennent plusieurs « paradoxes » ? Comment comprendre les « paradoxes » qui entachent leur cohérence interne ?

9.3.1. Gabon Télévision et ses publics : une non-communication ?

En adoptant le point de vue sémio-pragmatique de Roger Odin, nous voulons montrer que les paradoxes relevés dans le dépouillement des données exposées dans la partie précédente structurent une forme de cohérence que l'espace-temps symbolique et le contexte socio-pragmatique gabonais rendent pertinent. Pour ce faire le concept de non-communication mis au point par Odin contribuera à lever le voile du doute sur la pertinence des résultats avérés par les statistiques.

Si l'on part du point de vue que la non-communication met en scène des acteurs de la communication déterminés par des contraintes sémio-pragmatiques différentes, il y a de fortes chances que les uns – décrits comme émetteurs (E) – et les autres – décrits comme récepteurs (R), arrivent à produire des contenus « incompréhensibles », de telle sorte que les échanges entre les partenaires de communication soient affectés par un ensemble de vibrations (V) qui fassent que le texte (T) de l'émetteur ne corresponde guère au texte (T') du récepteur. De façon concrète, le problème entre partenaires de la communication est celui d'un certain nombre d'attentes supposées ou présupposées par le contrat de communication et ses objectifs intersubjectifs. Dans le cas de celui qui lie Gabon Télévision aux Gabonais, celui-ci est déterminé par le contexte politique et social du Gabon nouvellement indépendant, mais aussi, des besoins divers en informations : actualités, divertissements, etc. en rapport avec l'histoire du pays, son écosystème et sa végétation, sa culture pluriethnique et son anthropologie, ses auteurs et

leurs écrits, etc. Et depuis 1990 et le retour au pluralisme politique, une contrainte supplémentaire s'est ajoutée : la production d'informations vraies et vérifiables. Autrement dit et corrélativement à cette problématique, le peuple gabonais attend que Gabon Télévision exerce sa fonction sur les bases des règles journalistiques reconnues et assumées comme telles par les professionnels de la communication, et qu'il voit s'exprimer dans les chaînes étrangères abondantes dans les bouquets de Canal + Afrique et Satcon.

Entre les intentions affichées par le média et les contenus qu'il produit, il y a une somme d'« interférences » ou de « bruits sémantiques qui provoquent la distorsion de la signification » et des « bruits physiques » qui « sont des éléments concrets qui peuvent perturber la communication ». Dans la sémio-pragmatique de Roger Odin, ces « bruits » sont des « vibrations » qui contraignent « le système de règles » qui permet « le codage et le décodage » pertinents des textes télévisuels émis par Gabon Télévision.

Nous nous proposons de décliner certains de ces bruits sans prétendre les donner de façon exhaustive. Une des situations les plus contraignantes de Gabon Télévision est qu'il est un média de service public. Ainsi, ses organes administratifs sont directement rattachés au pouvoir exécutif, la nomination de ses dirigeants dépendant ainsi des décisions politiques. Cette pratique génère de lourdes conséquences dans l'exercice des métiers de la communication. Le *Rapport d'évaluation du développement des médias au Gabon basé sur les indicateurs de développement des médias* indique en effet que la mauvaise qualité de formation professionnelle dans les médias publics gabonais est en partie liée à la « trop forte imbrication médias/politique » qui « conduit à des confusion qui assimilent certains journalistes à des membres des partis politiques : ce qui entraîne parfois des exclusions de certains dans les activités politiques ou au contraire leur vaut des promotions politiques »⁴³⁰. Les deux organismes insistent : « L'existence de « [services] de presse » à la présidence de la République, à la primature et dans certaines institutions républicaines, ayant pour rôle de « couvrir, de produire et de faire diffuser sur des chaînes publiques des reportages sur les activités de ces administrations », peut constituer une entrave à l'indépendance éditoriale du service public. Ces « services de presse » proposent des contenus « informatifs » prêts à diffuser aux chaînes publiques (radio et TV). Les responsables (rédacteurs en chef,

⁴³⁰ Unesco, Pnud, *Rapport d'évaluation du développement des médias au Gabon basé sur les indicateurs de développement des médias*, op. cit., p. 25.

directeur des actualités, directeur général) de ces chaînes sont généralement dans l'incapacité d'exercer un droit de sélection sur ces contenus »⁴³¹. De même, à cette période de publication de leur évaluation des médias gabonais, c'est-à-dire en 2012, les deux organismes estimaient également que 62% de journalistes exerçant dans les principaux médias publics à Libreville comme à l'intérieur du pays (presse écrite et audiovisuelle) n'avaient aucune formation en journalisme. Le fait est que, complète Emmanuel Thierry Koumba, au regard d'un environnement juridique et économique en faveur de l'épanouissement des métiers de la communication, le secteur des médias a été investi par de véritable « mercenaires » de la plume, des non-professionnels en somme, devenus journalistes par nécessité économique, par réalisme ou par opportunisme. « Ce sont des universitaires formés dans des domaines autres que ceux du journalisme et ou de la communication, d'une part, et d'autre part, des Gabonais formés sur le tas, souvent dans les médias qui les emploient. Ces « professionnels » ont pour principal objectif de se servir de leur statut de « journalistes » pour sortir de la précarité sociale et financière »⁴³². Emmanuel Thierry Koumba conclue ses observations en ces termes : « L'arrivée des journalistes non-professionnels sur le marché a pour conséquence principale le développement d'un autre journalisme que celui qui est enseigné dans les écoles et instituts spécialisés, ou diffusés par les chaînes internationales, y compris les chaînes internationales africaines »⁴³³. Cette situation a-t-elle eu un impact dans la prestation des journalistes et/ou présentateurs de programmes des chaînes du service public ? Si l'on ne peut répondre à cette interrogation, on peut néanmoins affirmer que les médias télévisuels gabonais sont moins appréciés que la presse écrite et la radio⁴³⁴. Ces informations permettent ainsi de comprendre le rapport entre Gabon Télévision et ses téléspectateurs et justifient diverses attitudes des personnes interrogées lors de notre enquête de terrain. Dès lors, les « comportements erratiques » enregistrés ici sous le terme de « paradoxe » peuvent être réinterprétés

⁴³¹ *Op. cit.*, p. 44.

⁴³² Emmanuel Thierry Koumba, « Médias et construction démocratique au Gabon. Enquête sur la presse et son pouvoir », in Georice Berthin Madébé, *Les enjeux de la communication. NTIC, médias, démocratie et relations publique au Gabon*, *op. cit.*, p. 25. L'auteur est Conseiller au Conseil National de la Communication. Il a enseigné le droit de la communication au Département des Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Omar Bongo de Libreville.

⁴³³ *Op. cit.*, p. 26.

⁴³⁴ *Ibidem*, p. 63. Selon l'enquête menée à Libreville par Emmanuel Thierry Koumba, les usagers des médias gabonais, la « première source d'information » est la presse écrite, puis vient la radio, ensuite la télévision et enfin les médias numériques.

comme résultant d'une certaine confusion générée dans la pratique des métiers de la presse et dans leurs réceptions par les téléspectateurs ainsi que dans les interprétations que ces derniers en font.

D'une part, l'image des médias du service public et le rôle exact de Gabon Télévision dans le jeu démocratique sont confusément appréhendés, sachant que le Conseil National de la Communication est légalement limité à un exercice de contrôle ne permettant pas de contribuer au développement des médias et des pratiques journalistiques. Dès lors, le contexte socio-pragmatique du Gabon offre « aux acteurs médiatiques l'opportunité d'un apprentissage dérégulé, générant ainsi une nouvelle forme de vie journalistique méritant d'être encadrée d'après les pratiques admises dans les métiers de la communication, au motif qu'il ne saurait y avoir un journalisme à la « gabonaise » *a minima* ; c'est-à-dire exercé en dehors des règles et principes qui fondent le métier et dirigent l'action de tout professionnel du traitement de l'information »⁴³⁵, observe à nouveau Emmanuel Thierry Koumba.

D'autre part, un ensemble de données peuvent aussi amener à concevoir autrement les « vibrations » odiniennes qui contribuent à la situation de non-communication entre Gabon Télévision et ses publics. D'un côté, il y a le niveau de formation des personnes enquêtées et leur capacité d'analyse critique réelle, les comportements idéologiques dus à l'emprise des discours politiques depuis le retour à la démocratie au Gabon, etc. De l'autre, il y a cette ignorance manifeste de l'univers des médias en général, des pratiques professionnelles et des « compétences communicationnelles ».

Vus à partir d'un regard sémio-pragmatique, ce qui pouvait paraître comme des « paradoxes » liés aux « comportements erratiques » des personnes enquêtées devient intelligible car étant ramené à une logique communicationnelle construite dans le cadre d'une « démocratie meurtrière »⁴³⁶. Ainsi entendue, la communication établie entre Gabon Télévision et ses publics apparaît-elle comme une communication « préoccupée ». Elle est « préoccupée » en ceci qu'elle produit un double texte : d'une part, le texte constitué par les discours du média et ses « pratiques professionnelles ». Ce premier texte autorise à appréhender Gabon Télévision comme un média public au service de l'institution politique. D'autre part, le texte des publics composé de discours

⁴³⁵ Emmanuel Thierry Koumba, « Médias et construction démocratique au Gabon. Enquête sur la presse et son pouvoir », *op. cit.*, p. 67.

⁴³⁶ Noël Bertrand Boundzanga, *Le Gabon, une démocratie meurtrière*, *op. cit.*

multiples et hétérogènes, nourris de textes télévisuels institutionnels et de différents autres discours produits par le public-citoyen qui ne se reconnaît pas dans les contenus médiatiques proposés par Gabon Télévision. Cette démarche d'analyse et/ou de compréhension du discours d'information télévisuelle a aussi inspiré les travaux de Marlène Coulomb-Gully. A ce propos, elle écrit : « Façonné par son contexte et son co-texte de communication, le discours télévisuel ne peut être appréhendé en dehors de ces éléments qui le structurent de part en part »⁴³⁷. Cette thèse explique simplement que les multiples textes, celui du média Gabon Télévision et ceux de ses divers publics éclairent différemment la compréhension des usages des téléspectateurs-auditeurs enquêtés et leurs relations au premier média audiovisuel public gabonais. En même temps, ils rendent recevable l'idée selon laquelle le sens « paradoxal » des résultats de l'enquête demeure logique et cohérent. A tout le moins, cette multiplicité textuelle [(T) + (T'1) + (T'2) + (T'3)]⁴³⁸ redéploie la lecture que les professionnels de ce média se font non seulement de la production des émissions, de leurs contenus, mais aussi des attentes et gratifications supposées des publics. Enfin, ces textes permettent de préciser les besoins informationnels en termes de contenus culturels, etc.

9.3.2. Statistiques et ses significations contextuelles

Un des constats saisissants que l'on établit après observation des données du dépouillement statistique est le statut donné par les enquêtés à la culture et aux émissions qui la diffusent. Dans le tableau ci-dessous, nous avons classé les dix émissions culturelles les plus citées :

Tableau n° 82 : Les émissions culturelles les plus citées par les enquêtés

N°	Emissions culturelles citées	Fréquences de citations
1	Agora	71
2	Dieu en question	43
3	Le Ndzimba	40
4	L'Arbre à palabre	29
5	Espace jeunes	21
6	Grand sport	16
7	Journal télévisé	12
8	Ça s'explique	9
9	La totale	9

⁴³⁷ Marlène Coulomb-Gully, « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », in *Mots. Langages du politique*, n° 70, 2002, pp.107-112.

⁴³⁸ Cette notation renvoie au trois type de principaux publics découverts par l'enquête.

10	Grand angle	6
10 ex.	Pluriel	6

Source : Marina Matsanga Nziengui. Libreville, août 2017.

Lorsqu'on s'appesantit sur le classement des émissions dites culturelles par les enquêtés, le premier constat établi est que pour grand nombre d'entre eux, les émissions de débat (politiques) passent pour être des émissions culturelles. Ensuite, sur dix émissions citées, cinq sont des émissions de débats, par ordre d'importance : « Agora », « Dieu en question », « Le Ndzimba », « L'arbre à palabre », « Grand angle ». Quatre de ces émissions sont à caractère politique et/ou traitent de diverses thématiques : « Agora », « Le Ndzimba », « L'arbre à palabre », « Pluriel ». Une émission produit des informations économiques : « Grand angle ». Une autre des informations à caractère scientifique et culturel : « Ça s'explique ». Une d'entre elles est musicale : « La Totale ». Deux d'entre elles diffusent des informations générales et sportives : le « Journal télévisé » et « Grand sport ». Une émission est un talkshow : « Espace jeunes ». Une autre est religieuse : « Dieu en question ». Face à ces résultats, on est amené à formuler cette question : pourquoi le « Journal télévisé » est-il perçu (ou cité) comme étant une émission culturelle ? Pourquoi « Agora », émission politique mais qui peut parfois traiter diverses thématiques comme les autres émissions de débats à caractère politique (« Le Ndzimba », « L'arbre à palabre », « Pluriel »), etc. sont-elles connotées culturellement ?

Si on ne peut répondre directement à ces questions, on peut au moins dire que la lecture ou la définition de la « culture » et des émissions culturelles par les enquêtés révèlent un véritable problème de communication entre Gabon Télévision et ses téléspectateurs. De même, la perception de la « culture » par ceux-ci traduit un problème de réception des textes télévisuels auprès des publics, et par conséquent, un problème de production et de diffusion des contenus informationnels. Autrement dit, il y a un problème de « non communication » évident entre Gabon Télévision et ses publics. Celui-ci peut provenir de la nature des émissions et de leurs concepts et formats, ou des modalités sémiopragmatiques de leurs réceptions. Toujours est-il que ce problème de communication doit être pris en compte de part et d'autre des acteurs de la communication impliqués dans « communauté émotionnelle » médiatique gabonaise.

9.4. La « compétence communicationnelle » et la logique de production textuelle

D'après Roger Odin, une communication optimale ne peut se faire que dans le cadre d'un espace de communication « à l'intérieur duquel les acteurs mobilisent des processus de production de sens homologues »⁴³⁹. En conséquence, le chercheur propose de subordonner toute logique de communication fondée sur l'usage du langage verbal à une compétence de communication acquise dans le cadre d'un espace de communication. Il s'explique : « La compétence communicationnelle telle que je la considère ici, est [...] liée à l'espace de communication et a une visée beaucoup plus large que la production des phrases : il s'agit d'une compétence communicationnelle discursive »⁴⁴⁰.

Outre la compétence communicationnelle discursive, Odin distingue trois autres compétences constitutives de la capacité des acteurs à formuler des messages susceptibles d'être compris en toute « transparence ». Il y a la compétence sémio-linguistique, la compétence socioculturelle et la compétence référentielle. Il entend par compétence sémio-linguistique « la maîtrise des langages : langues naturelles (écrites ou orales), langage des images, langage cinématographique, etc. ». Quant à la compétence socioculturelle, il l'expose comme une réalité propre à la « dimension interactionnelle et sociale de la communication ». Enfin, « la compétence référentielle règle la relation aux domaines de l'expérience et des objets du monde, et donc directement le sens produit ». Cependant, en ce qui concerne cette compétence, l'auteur prévient : « le modèle sémio-pragmatique doit lui assigner une place, mais il ne peut rien en dire, car le sens produit est toujours socio-historique et seules des analyses empiriques dans des espaces de communication précisément situés (historiquement, géographiquement, sociologiquement peuvent permettre de l'appréhender »⁴⁴¹. D'après cette dernière affirmation, on ne peut transposer les situations socio-symboliques et socio-historiques de production de sens d'une expérience à une autre, d'une géographie culturelle à une autre. Pour le Gabon, chacun de ces points renvoie à l'histoire coloniale et postcoloniale, à ses cultures, son anthropologie, leurs imaginaires et langages socio-symboliques qui font ou feraient du Gabon une communauté nationale à partir de

⁴³⁹ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 43.

⁴⁴⁰ *Idem*.

⁴⁴¹ *Idem*, p. 44.

laquelle tout Gabonais constituerait sa citoyenneté et trouverait les éléments nécessaires à la structuration d'un vivre-ensemble pluriethnique indifférencié.

En partant de ce principe définitoire de l'espace communicationnel sémio-pragmatique, l'analyse de la classification des émissions culturelles induite par le dépouillement de notre enquête de terrain peut désormais être éclairée différemment. Et ce qui paraissait comme une sorte d'« illusion communicationnelle » pourrait maintenant être compris comme étant une signification contextuelle des contenus médiatiques (culturels) produits dans un espace de communication avéré, d'après des règles et des contraintes socio-symboliques et socio-historiques endogènes⁴⁴². Dans, les faits, si on se rapporte aux analyses esquissées ci-dessus et dans le chapitre précédent, on ne peut que formuler deux hypothèses : soit Gabon Télévision produit des textes télévisuels confus, auquel cas ses téléspectateurs les moins instruits les réinterprètent à leur guise, alors sa compétence communicationnelle est remise en question ; soit les publics enquêtés sont effectivement peu instruits, auquel cas ils ont une lecture empirique des contenus (culturels) qui leur sont proposés par le média de service public. Là encore, en tant qu'émetteur, Gabon Télévision ne peut échapper à la critique liée à sa capacité d'encodage des messages dans le cadre de ses compétences sémio-linguistique, socioculturelle et référentielle, mais aussi dans le cadre de ses pratiques professionnelles eu égard aux codes médiatiques en vigueur mais sublimés par les chaînes du câble disponibles au Gabon.

Si la sémio-pragmatique ne peut dire le « sens produit », elle peut au moins formuler des hypothèses et aller encore plus loin dans l'appréhension de « l'illusion communicationnelle » entre Gabon Télévision et ses publics. En effet, un grand nombre d'enquêtés suivent les chaînes satellitaires *via* les bouquets numériques dont ils disposent. A ce titre, ils sont amenés à comparer les offres de programmes et surtout, à reconstruire les significations des contenus qu'ils regardent (conceptions techniques des émissions, productions de contenus et attitudes des présentateurs et des invités, etc.). Ce nouvel argument entrouvre l'analyse vers une autre compréhension de ce sens « erratique ». Il y a lieu de dire ici que celui-ci renvoie à une problématique de définition contextuelle ou endogène de la culture, qui de ce point de vue-là, correspondre aux attentes et aux besoins précis. Cette définition exposerait alors ce que les Gabonais

⁴⁴² Cf. *Le Rapport d'évaluation et du développement des médias au Gabon, op. cit.*

enquêtés aimeraient voir plus souvent à la chaîne de télévision publique, beaucoup moins qu'elle ne renvoie à une conception académique ou intellectuelle de la culture ou de sa médiation télévisuelle. On parlerait alors d'une appropriation de la culture davantage « pragmatique », issue des interactions entre Gabon Télévision et ses publics, que d'une approche construite et/ou élaborée. De ce point de vue, lorsqu'on veut savoir l'opinion des enquêtés par rapport aux contenus culturels souhaités, il n'est plus étonnant de les voir désigner les émissions de débats comme première forme de programmes culturels, puis les « arts et traditions », et enfin la « littérature et les sciences ». Ce qui frappe dans cet assemblage c'est moins l'importance reconnue aux us et coutumes traditionnelles (arts et traditions) que l'expression explicite d'un besoin de définition de la culture gabonaise que Gabon Télévision ne semble pas porté ou satisfaire. L'omniprésence des émissions de débats à la télévision n'est sans doute pas sans conséquence dans les préoccupations des enquêtés. Elle aurait ainsi deux significations, une signification hypothétique et une signification symbolique.

D'abord, nous formulons l'hypothèse que les débats, par leur nature d'échanges contradictoires entre divers individus, de divers profils sociaux et intellectuels ou de profils identiques, suscitent des contradictions d'où émergerait la « vérité ». Ce moment d'échanges est éminemment démocratique, libre et de ce fait, contribue à construire les significations sociales et symboliques destinées à consolider l'espace national autour d'un sentiment d'appartenance commun, au-delà de l'adversité idéologique et intellectuelle. Les émissions de débats porteraient ainsi l'« illusion communicationnelle » de la démocratie à la télévision, bien que les publics critiques contestent leurs animations et contenus. Cette tâche de mise en transparence est celle reconnue à la télévision. Elle est en effet productrice de « réunions invisibles » auxquelles sont conviés ses téléspectateurs-auditeurs : les institutionnels comme ceux qui la regardent « parfois », « souvent », voire ceux qui prétendent ne « jamais » s'y intéresser.

Ensuite, sur le plan symbolique, les émissions de débats évoquent une tradition bien africaine à laquelle tous les Gabonais ont participé directement ou indirectement. Cette dernière est la tradition de la palabre qui ponctue de nombreuses manifestations au sein des sociétés traditionnelles ou contemporaines à l'occasion des événements heureux (naissances, mariages, etc.) ou de malheur (accidents, maladies, décès etc.). De ce point

de vue, la palabre structure l'imaginaire du téléspectateur-citoyen en tant que forme symbolique de construction sociale et/ou de sociabilisation. On peut donc comprendre l'importance du débat posé comme espace communicationnel à structure socio-symbolique et socio-historique destinée à manifester des compétences socio-linguistiques et/ou référentielles connues et reconnues, si les usages et rites liés à la production textuelle des discours télévisés prenaient à leurs propres comptes la dimension sociale et communicationnelle des cultures gabonaises. D'autre part, dans son ouvrage *Les conférences nationales. Une affaire à suivre en Afrique noire*, le philosophe camerounais Eboussi Boulaga, après un rappel du contexte historique de la tenue de ces conférences, émet l'hypothèse selon laquelle la conférence nationale dans cette partie du globe serait une « réinvention de l'utopie démocratique » parce que mal comprise par ses initiateurs. Dans son argumentaire, il estime que la conférence nationale est une reprise de la palabre qui elle est une logothérapie. Ainsi, l'auteur affirme que « la palabre des Blancs vise à établir la justice, la palabre des Noirs cherche à établir l'harmonie et l'unité. C'est cette fin qui en justifie les moyens et les procédures »⁴⁴³. Grâce à cette perspective anthropologique, on comprend aussi pourquoi les émissions de débats tout comme le journal télévisé sont considérés comme des programmes culturels sans l'être véritablement, du moins en termes techniques et professionnels. Ces espaces communicationnels sont les seuls où des points de vue différents et parfois contradictoires sont émis sur l'état du Gabon, son fonctionnement institutionnel et politique ainsi que sur l'état de la société dans son ensemble. Voilà une explication qui justifierait pourquoi, du strict point de vue des audiences, ils sont les programmes les plus sollicités de Gabon Télévision.

9.5. Le JT : une « réunion invisible » qui fait l'unanimité

Si Gabon Télévision reste assez peu regardée par l'ensemble de ses publics enquêtés⁴⁴⁴, la chaîne publique bénéficie d'un taux d'écoute le plus élevé que lorsqu'elle diffuse le Journal Télévisé. Si on jette un regard rétrospectif et précisément par rapport au

⁴⁴³ Fabien Eboussi Boulaga, *Les conférences nationales. Une affaire à suivre en Afrique Noire*, Editions Karthala, Paris, 2009, p. 154.

⁴⁴⁴ Dans les quatre thèmes consacrés de notre enquête, les pourcentages sont en faveur de la chaîne de télévision publique toujours en-dessous de 50%. Quand tous les pourcentages défavorables sont additionnés, ils franchissent souvent le seuil de 50%, à quelques exceptions près (à l'exemple du taux d'écoute des émissions culturelles).

dépouillement, on constatera que pour les deux catégories de publics recensés, d'une part celle ayant répondu complètement aux questions de notre enquête, et d'autre part, celle qui n'y a répondu que de façon partielle, seul le journal télévisé de la chaîne publique demeure l'émission la plus regardée, certes avec des taux d'écoute variables : 98% pour la première catégorie des publics, plus 20% pour la seconde catégorie. Soit un total de 85,40% de taux d'écoute pour l'ensemble des publics. A quoi tient donc le caractère culturel attribué à ce programme ?

9.5.1. L'espace communicationnel et ses contraintes discursives

L'analyse du caractère culturel assigné au Journal télévisé de Gabon Télévision ne peut que se réaliser dans le cadre sémio-pragmatique entendu au sens où nous plaçons la compréhension des rapports entre ce média et ses publics. En effet, si un espace communicationnel est reconnu comme tel par les acteurs de la communication, il va sans dire que ces derniers se soumettent à certaines contraintes communicationnelles inférées par les compétences communicationnelles de cet espace. Ces contraintes, n'étant plus nécessairement d'ordre sociologique, historique ou socio-symbolique, se montrent cette fois déterminées par l'espace de la communication comme modes de symbolisation, c'est-à-dire des expériences sémio-pragmatiques, des processus relevant « de l'anthropologie sociale » ou de la « socio-anthropologie »⁴⁴⁵ à partir desquelles les actants se réfèrent pour « produire du sens ». En effet, ces modes ne sont pertinents que parce que « les actants de la communication acceptent l'un et l'autre de jouer le jeu de l'espace de communication pour lequel ils ont été conçus [...] »⁴⁴⁶.

Mais Roger Odin porte son analyse de l'espace communicationnel un peu plus loin. Il distingue ainsi trois modes : le « mode fictionnalisant », le « mode spectacularisant » et le « mode documentarissant »⁴⁴⁷. Ces trois modes édictent les conditions sous lesquelles les textes télévisuels sont produits en fonction des contextes, et pour cela, ils ne sont que structures sémiotiques liées à l'activité discursive et/ou à la production de message de portée universelle. Dans ce sens, le mode fictionnalisant se rapporte à la manière dont la fiction organise et produit la signification. Le mode spectacularisant quant à lui, tire du théâtre son processus sémiotique de production de la signification. Le mode

⁴⁴⁵ Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, op. cit., p. 45.

⁴⁴⁶ *Idem*, p. 46.

⁴⁴⁷ *Ibidem*, p. 43 à 63.

documentarisant, enfin, s'inspire de la structure du documentaire. Sans chercher à rendre exhaustifs les modes contraignant les processus de production du sens, le chercheur prévient que ceux-ci fournissent un cadre théorique pouvant amener à comprendre les contraintes sémiotiques qui président à la production de la signification dans chaque contexte socio-historique, socio-symbolique, etc.

Ce cadre théorique nous semble intéressant car il nous permet de réinterpréter la place fondamentale du Journal télévisé de Gabon Télévision dans un cadre théorique objectif nous permettant ainsi d'échapper à une lecture spéculative. Pour ce faire, nous pensons que les modes fictionnalisant et spectacularisant peuvent nous aider à atteindre cet objectif. Mais nous devons d'abord davantage les décrire : que sont donc les modes fictionnalisant et spectacularisant ?

Le mode fictionnalisant a pour objectif de construire narrativement un récit dont le discours se structure autour d'un ensemble de valeurs. Pour ce faire, il a besoin d'un énonciateur et des personnages fictifs, ou d'un énonciateur réel associé à une somme d'informations et de valeurs que celui-ci mobilise « agissant caché, masqué sous le contrat de la fictivisation »⁴⁴⁸. Le mode fictionnalisant peut ainsi déboucher sur un autre mode qui en dérive : le mode fabulisant. En effet le mode fabulisant « apparaît comme un mode composé des mêmes processus que le mode fictionnalisant, mais la hiérarchisation des processus n'étant pas la même. Alors qu'avec le mode fictionnalisant, c'est la construction d'un récit énoncé par un énonciateur fictif qui régit l'ensemble, ici, c'est la construction d'un « discours » énoncé par un énonciateur réel »⁴⁴⁹. Ainsi, le mode fictionnalisant propose deux types de structures sémiopragmatiques capables de construire de façon différente la signification en fonction de la position occupée par l'énonciateur dans le processus de la production : soit il est « fictif », soit il est « réel ».

Le mode spectacularisant est un mode « énergétique ». Il est déterminé par la construction d'un « espace image-son (vs un monde ou un espace spectaculaire) »⁴⁵⁰. Le discours lui importe peu, car il projette la construction du sens au niveau de l'intensité et du rythme, recherchant à générer des « effets ». Pour le mode spectacularisant, « il y a toujours production du sens, mais celle-ci passe en quelque sorte au second plan :

⁴⁴⁸ *Ibidem*, p. 60.

⁴⁴⁹ *Idem*, p. 61.

⁴⁵⁰ *Idem*, p. 53.

l'important se joue dans la relation au corps. Il s'agit moins de faire partager des idées ou de [...] raconter une histoire que de [...] conduire à éprouver physiquement des effets »⁴⁵¹. Le mode spectacularisant mise donc sur la communication par la voie des affects.

9.5.2. Le JT de Gabon Télévision : entre réalité fictionnelle et fable du réel

Les téléspectateurs de Gabon Télévision qui suivent ce média depuis longtemps savent quel rôle le journal joue dans sa programmation : il est le lieu d'un rendez-vous national construit par le média lui-même à travers un traitement particulier de l'actualité. D'abord, du point de vue de sa structure, l'information politique est dominante. Il s'agit d'une part, des comptes rendus des activités présidentielles, et d'autre part, des activités des membres du gouvernement. Les informations sociales ou les informations culturelles n'y entrant qu'à titre subsidiaire. En effet, même quand culture il y a, cela y relève plus de la communication que l'information. Encore faut-il insister sur le fait que nombreux sont ces journaux télévisés qui sont diffusés sans contenu social et culturel, surtout en périodes où les activités des acteurs politiques sont en flux tendus.

Ce qui est frappant dans le traitement de l'information, c'est la structure même du journal. Les reportages sont ainsi conçus sur une base fictionnalisante, avec pour personnages principaux les hommes politiques et leurs affiliés. Ainsi, dans l'ensemble du journal, la domination de l'information politique sur les autres informations d'actualité a pour conséquence de créer une atmosphère, un climat, non seulement autour des hommes politiques, mais aussi autour des événements auxquels ils participent quotidiennement : visites de chantiers, lancements de projets, ouvertures de colloques, conseils de ministres, tournées provinciales, etc. Pour ainsi dire, le journal télévisé offre l'occasion de mettre les hommes politiques en scène à travers une récréation institutionnelle infaillible participant du langage officiel des médias publics : « Son excellence Omar Bongo Ondimba, chef de l'Etat, chef suprême des armées, ...président de la République », etc. ; « son excellence monsieur le premier ministre, chef du gouvernement... », etc. Ainsi est créé un univers magique où les acteurs politiques entrent comme des êtres exceptionnellement doués car dotés d'un pouvoir d'effectuation à nul autre comparable. Le mode fictionnalisant, dans lequel ces acteurs adviennent et sortent par la médiation de la scène télévisuelle (le journal comme espace

⁴⁵¹ *Idem*, p. 52.

d'une dramaturgie sociopolitique que les téléspectateurs sont appelés à regarder parfois par curiosité) prend forme dans un quotidien sublimé, transfiguré et dénaturé par le recours aux groupes d'animations culturelles filmés en pleine démonstration. Ceux-ci sont toujours associés aux déplacements politiques des gouvernants. Ils alimentent la magie narrative des reportages (comptes rendus des activités politiques) et la curiosité dont ceux-ci peuvent faire l'objet. Quelques captures d'écran illustrent cet aspect devenu un moment mythique du journal télévisé :

Captures d'écran n° 21 : Image illustrant les titres du président. Il est écrit : « Ali Bongo Ondimba, Président de la République chef de l'Etat »



Jt Gabon tv 06 février 2016

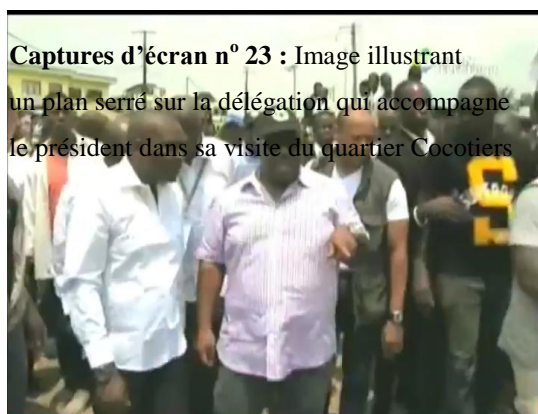
149 vues

Captures d'écran n° 22 : Image illustrant le public en liesse, dont une femme tenant le président dans ses bras au quartier Cocotiers



Jt Gabon tv 06 février 2016

Captures d'écran n° 23 : Image illustrant un plan serré sur la délégation qui accompagne le président dans sa visite du quartier Cocotiers



Jt Gabon tv 06 février 2016

Captures d'écran n° 24 : Image illustrant un groupe d'animation socioculturel sollicité pour la visite présidentielle et dansant l'Elone devant le chef de l'Etat.



Jt Gabon tv 06 février 2016

350 140 vues

Sources : Marina Matsanga Nziengui. Grenoble, août 2018. Captures d'écran obtenues sur YouTube.

Le journal, par sa série de reportages offre-t-il à ses publics le monde gabonais réel ou un monde récréé et affabulatoire ? La rhétorique de la réalité sociale gabonaise perçue du point vue institutionnelle procède-t-elle de la communication ou de l'information ? Le moins qu'on puisse dire est que l'information est ici conçue sous un double aspect : celui de la narration et du spectacle. Le récit de l'information institue le personnage politique comme un travailleur acharné poursuivant une quête de bonheur collectif autour de plusieurs aspects dont celui de l'attachement à l'exécutif et à ses stratégies politiques. Le journal peut ainsi rendre compte des activités politiques de diverses personnalités gouvernementales à l'intérieur du pays, rapportant fidèlement la volonté et la politique des autorités. Dans ce contexte, les reportages les mettent en scène toujours selon la même technique cinématographique : grand plan sur l'homme politique en pleine action, plan serré sur les personnes qui composent sa délégation, et plan large sur le public « en liesse » venu à la rencontre des autorités, etc. Les événements sociopolitiques de Libreville ainsi que les déplacements privés des hommes politiques n'échappent pas à ce traitement de l'information, les hommes politiques profitant de la présence des caméras pour produire des messages destinés à leurs partisans, au pouvoir exécutif, et à entretenir un certain climat empathique autour des figures de la politique nationale. C'est la dimension « affective » qui consolide les relations des acteurs à travers la reproduction des comportements sociaux et verbaux par lesquels la « communauté de destin » se narrative en public, sous le mode d'une fiction qu'organisent les récits des reportages, et par conséquent, les témoignages concrets de l'action politique menée sur le terrain social. C'est à travers cette perception de la réalité que les commentaires journalistiques et les témoignages des acteurs sollicités pour alimenter les contenus des reportages sont bâtis. Le téléspectateur est donc pris pour le témoin d'une vérité socio-historique considérée comme ultime vérité, les acteurs politiques, pour des personnages de chair dits « fils et filles du Gabon » au service du développement, et en même temps, messagers assermentés de l'exécutif. Encore faut-il préciser que l'exécutif lui-même est pris par l'engrenage de cette pratique de l'information médiatique qui donne lieu aujourd'hui à une fondamentale « illusion

communicationnelle » entre le politique, les médias publics et le peuple usager de la télévision nationale.

Le journal télévisé tient ainsi une triple promesse. Pour le journaliste, proposer à l'acteur politique un reportage conforme à son espérance de telle sorte que l'action de ce dernier sur le terrain nécessite sa présence dans l'échiquier politique. C'est ce que Prosper Tonda a exprimé en ces termes : « le destinataire devait être le peuple. Mais là, ce sont les institutionnels, car les journalistes n'informent pas les populations, mais font encore un compte rendu aux dirigeants »⁴⁵².

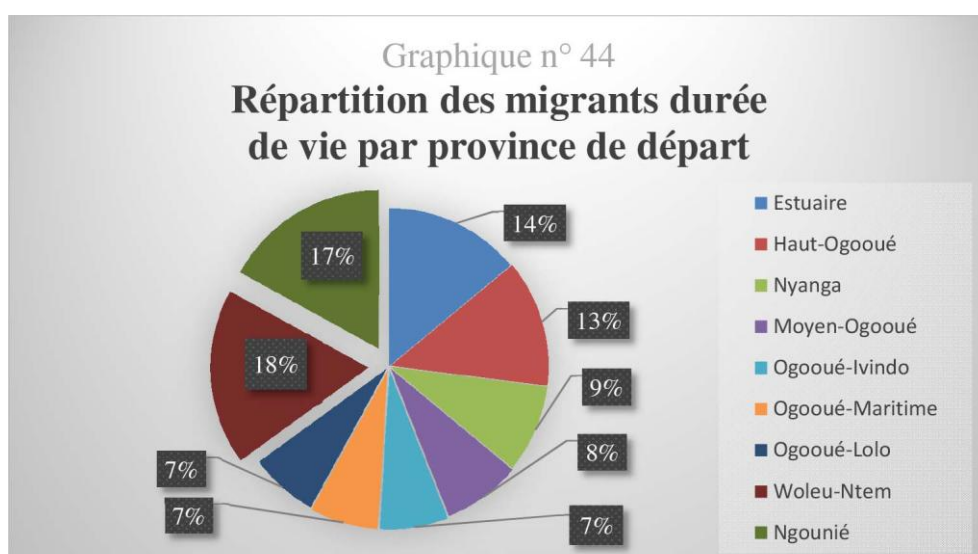
Pour l'homme politique, il s'agit avant tout de montrer à l'exécutif son pouvoir à travers sa capacité de fortement mobiliser ses concitoyens autour de sa personne. Pour le citoyen, il s'agit de témoigner une solidarité à l'acteur politique, dans l'espoir inavoué d'en tirer bénéfice au moment opportun. Le *journal télévisé* engage ainsi le monde réel autour d'un spectacle télé-communicé. Il se génère au prisme des valeurs politiques qui façonnent l'imaginaire de l'information d'actualité politique et structure la conscience du téléspectateur-auditeur et citoyen. Dans les provinces comme dans la capitale, il redéploie la signification sociale de l'information d'actualité en offrant aux publics-téléspectateurs la possibilité de voir, de se voir ou d'être vu grâce à la médiation d'événements publics et/ou politiques.

Un autre aspect non négligeable reconnu au *journal télévisé* est le traitement réservé au contenu narratif des reportages journalistiques. Deux textes s'y confrontent, l'un discursif, dont procède le récit, et l'autre filmique ou cinématographique, dont procède l'image. Dans la plupart du temps, ces deux textes ne correspondent pas. Alors que le récit narratif est construit pour la gloire du « héros », le texte filmique révèle une autre réalité : celle de la vie réelle des populations filmées à la rencontre desquelles vont les gouvernants. Cette double réalité produit ainsi deux reportages en un texte télévisuel unique. Le récit d'un Gabon vu et encodé depuis certaines « vibrations » et qui est à la fois irréel et fantasmé, plus proche de la fiction que de la réalité quotidienne du citoyen. Pour le téléspectateur assistant à cette dramaturgie, on entre dans l'ordre de l'affabulation, d'une « réalité alternative » et des « fake news ». Le reportage transcrit donc un récit à la fois contextuel et utopique qui ne correspond pas au réel concret. Se déploie de ce récit une double sémio-pragmatique du sens : celle construite par la

⁴⁵²Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 6, p. 552-555.

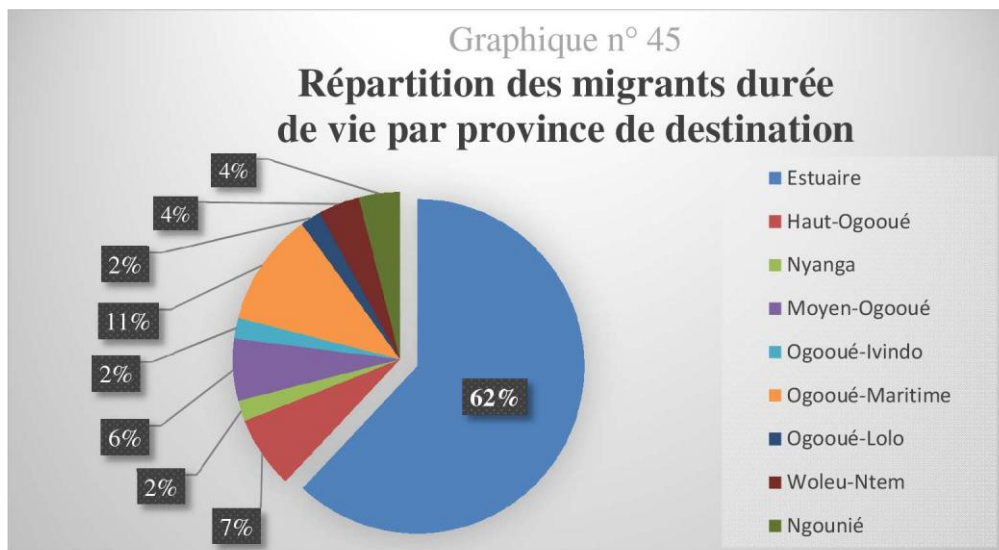
rhétorique institutionnelle du reportage télévisé, et celle manifestée par la réalité socio-historique filmée par le journaliste reporter. Par exemple, dans les reportages dédiés aux activités footballistiques encouragées pour occuper les jeunes pendant la période des « grandes vacances » – de juillet à septembre –, le récit du reportage n’a d’yeux de Chimène que pour le parrain politique venu soutenir l’activité sportive. Bien que le reporter voie les matches de football se pratiquer sur un terrain bosselé, dénivelé, sans pelouse ni autre moyen de réduire l’insécurité des footballeurs, il ne fera jamais mention des dangers encourus par les joueurs ni de la nécessité de faire jouer la compétition sur un sol aussi dangereux. Au contraire, quoi que filmé, l’espace de jeu sera ignoré mais quand même montré à la télévision assorti de commentaires focalisés sur la générosité du parrain. Ainsi ce dernier sera-t-il filmé avec les sportifs enjoués et heureux d’être là, présents à un moment historique unique.

D’un autre point de vue, un coup d’œil jeté sur la mobilité des populations gabonaises sur l’ensemble du territoire montre que les mouvements migratoires des Gabonais sont très concentrés dans l’intérieur du pays : les provinces du Woleu-Ntem, de la Ngounié, de l’Estuaire et du Haut-Ogooué ont un taux migratoire qui varie de 13 à 18%. Ce qui fait d’elles les provinces les plus exposées à une « migration durée de vie par province de départ » des plus élevées du pays. Les Gabonais nés dans ces provinces immigrent ainsi dans d’autres pour de multiples raisons socioprofessionnelles comme on peut le voir dans le graphique ci-dessous :



Source : RGPL – 2013. DGS, 2015.

La province de l'Estuaire qui concentre les plus grandes activités socio-économiques et administratives du Gabon peut être perçue comme le réservoir des populations gabonaises. C'est là que se trouvent et exercent les principaux médias du pays. Avec un taux migratoire « durée de vie par province de destination » de 62%, elle absorbe en effet une population de Gabonais très importante :



Source : RGPL – 2013. DGS, 2015.

Pour Rano-Michel Nguéma, la constitution de Libreville s'est faite à partir d'une agglomération des quartiers sans dimension légale ni juridique. Il écrit : « Le quartier dont il est question ici n'a aucune valeur juridique car aucun texte n'a jamais régenté ses limites. Plusieurs de ces quartiers (ceux du « vieux Libreville ») sont nés par la volonté des communautés autochtones, dont les villages ont été rattrapés par l'urbanisation »⁴⁵³. Dans ce contexte, le rôle des médias, et principalement ceux du service public aurait été significatif si leur préoccupation avait fait du problème migratoire et démographique du Gabon une problématique essentielle de production et de diffusion de contenus, par exemple, en problématisant non seulement le métissage et le mixage des cultures mais

⁴⁵³ Rano-Michel Nguema, « Développement de la ville, découpage et appropriation des territoires urbains au Gabon : le cas de Libreville », in *Belgeo* [En ligne], 4 | 2005, mis en ligne le 29 octobre 2013. URL : <http://belgeo.revues.org/12167> ; DOI : 10.4000/belgeo.12167, p. 4-5. Consulté le 12 juillet 2017.

aussi celui de différentes valeurs de populations gabonaises agglomérées à Libreville autour de la question du « vivre-ensemble ». Cette problématisation aurait ainsi pris en charge la question de la cohésion sociale et nationale pourtant construite dans les discours depuis les indépendances et jusqu'à nos jours sous différents syntagmes : « Gabon d'abord », « Unité nationale », « Changeons ensemble », etc. En effet, selon Jean Caune, « la thématique du vivre-ensemble est apparue dans les discours des politiques et les médias bien après celle de la médiation culturelle », ces deux « thématiques » demeurant en effet « liées »⁴⁵⁴. Dans ce sens, l'« expression envisagée comme un syntagme, a, sans aucun doute, une signification qui dépasse la juxtaposition du verbe « vivre » qui est de nature existentielle et de l'adverbe « ensemble » qui est de nature politique. Le trait d'union apporte un supplément de sens qu'il convient de construire »⁴⁵⁵.

En l'absence d'émissions portant sur ces questions, le journal télévisé est devenu la principale fenêtre à travers laquelle on peut accéder à l'étendue nationale *via* les activités socio-politiques et administratives des hommes politiques et de leurs cohortes. De cette réalité sociohistorique découle de puissantes charges affectives autour du pouvoir imaginaire qu'engendre le *Journal télévisé*.

Si les populations gabonaises sont immobiles pour une grande part à cause d'un système routier défectueux et des moyens de transport insuffisants et chers, le *journal télévisé* passe pour être à leurs yeux une invitation permanente au voyage imaginaire rendu instantané par la télévision publique. Pour le téléspectateur immigré à Libreville, c'est l'occasion de redécouvrir l'arrière-pays quitté depuis longtemps grâce au déplacement filmé d'une personnalité politique ou de tout autre acteur d'égale importance. Pour le téléspectateur vivant dans la province, c'est l'occasion d'admirer la capitale du pays dont l'aura si grande est source d'attrait vers une vie meilleure, mais aussi l'opportunité inespérée de reconnaître un visage ou de se voir à travers le petit écran dans les reportages réalisés dans son patelin. Pour les uns et les autres, ceux-ci deviennent donc un moyen concret de renouer avec le pays tout entier, mais aussi, avec ses traditions. En effet, lors des tournées républicaines et autres manifestations socio-politiques ou administratives, l'occasion est toujours donnée aux groupes d'animations socio-

⁴⁵⁴ Jean Caune, *La médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*, op. cit., p. 249.

⁴⁵⁵ *Idem*.

culturels de donner un caractère réjouissant à ces manifestations. Dans les reportages, on découvre alors diverses expressions culturelles du patrimoine oral et immatériel gabonais : l'« *élonge* » (danse et rythme fang), l'« *Ilombo* » (danse et rythme myènè), le « *Mabandji* » et le « *ikoku* » (danses et rythmes ipunu), ainsi que l'« *okokué* », le « *moukoudji* », le « *mbouanda* » (des cultures myènè et ipunu, etc.). On y trouve aussi d'autres formes symboliques telles que les déguisements avec des « masques sacrés » censés représenter des esprits, etc. Le désir de regarder le *journal télévisé* en tant que programme est donc assujéti à diverses motivations. D'une part, il exprime un besoin de « convergence socio-symbolique et culturelle » autour de ce programme à un moment où le pays dans son ensemble se concentre librement autour de cette « réunion invisible ». Dès lors, la participation massive des Gabonais à cette « réunion invisible » traduirait une réclamation identitaire que Gabon Télévision n'offre pas par ailleurs. D'autre part, on trouve également dans l'extraordinaire popularité du *Journal télévisé* un moment de réappropriation ou de reconstruction de la nationalité gabonaise à travers une œillère qui ne parle du Gabon réel que de façon toujours indirecte, par le biais des contenus politiques, etc. Enfin, le succès du JT de Gabon Télévision peut aussi se concevoir comme l'expression d'une curiosité populaire ou un effet de boom rang politique dû aux activités institutionnelles diverses. On peut aussi y voir un simple besoin d'être surpris par les maladroites professionnelles des présentateurs des journaux. Pour les publics, il s'agirait d'y trouver de quoi nourrir les échanges sur l'incompétence des professionnels de la communication à la télévision publique. C'était le cas quand fut trouvé un extrait de journal télévisé présenté par un ancien directeur général de Gabon Télévision. Celui-ci dit en direct du plateau que la formule chimique de l'eau était « H20 » plutôt que « H₂O ». Cet extrait de journal devint viral⁴⁵⁶. Tout le pays en parla pendant plus de deux semaines sur les réseaux sociaux. Pour sa part, un journaliste responsable d'administration à la Maison Georges Rawiri, parlant de l'insalubrité dans Libreville, osa un « ordures à poubelle » en plein journal⁴⁵⁷. Cette expression réveilla aussi l'hilarité générale du pays, aussi bien au sein de la société réelle que dans les « territoires de l'exil numérique ». Enfin, une journaliste annonça

⁴⁵⁶ Extrait visualisable sur <https://youtu.be/sgV8n7SoNXo>, consulté le 03/09/2018.

⁴⁵⁷ Dans ce journal, pour lancer un reportage, le journaliste s'exprime ainsi : « De quoi faire réfléchir les nouvelles autorités municipales du 5^e arrondissement avec *cette ordures à poubelle* en plein cœur du carrefour IAI. Nous sommes dans la capitale gabonaise... ».

pareillement « l'anniversaire de la mort du président Ali Bongo Ondimba » en direct du plateau, alors qu'elle présentait le journal⁴⁵⁸. Les faits de ce type sont multiples et réguliers à Gabon Télévision.

Le journal télévisé de la première chaîne publique nationale dispose donc de ses propres mythes qui peuvent aussi être des moments mythologiques de fortes significations politiques et sociales. Ainsi donc ses rituels textuels, ses images et ses pratiques en font un objet central et/ou ou obsédant d'une force d'attraction puissante. Ils captent les attentions et reconstruisent les imaginaires autour de l'information d'actualité. En outre, il peut réaliser un bonheur rêvé ou une crainte étouffée. En effet, il est principalement le lieu où le Conseil des ministres présidé par le chef de l'exécutif délibère ses résolutions. Celles-ci concernent aussi bien les faits de politique générale que les mesures individuelles : les nominations aux fonctions politiques et/ou administratives. Le journal télévisé a ceci de particulier qu'il apporte bonheur ou malheur dans les familles, surtout en périodes de recomposition du paysage politique national. Il devient ainsi un acteur politique et social d'importance capitale dans la vie publique du Gabon. Il provoque chez tous les Gabonais l'espérance d'une vie meilleure ou la crainte d'une déchéance annoncée. En cela, au-delà de tous les manquements qui lui sont reprochés, il produit des imaginaires et des attentes, etc. Si elles font l'objet d'un traitement particulier pendant le journal, notamment avec la présence du ministre porte-parole du gouvernement, c'est que les délibérations du Conseil des ministres sont souvent lues immédiatement après sa diffusion. Combien de famille ne se sont-elles pas reconnues enfin honorées de servir la République avec le sentiment qu'enfin leur tour était arrivé ? Combien de familles n'ont-elles pas plongé dans la détresse, leurs chefs ayant été appelés à assumer « d'autres fonctions » ou simplement « rendus à leurs services d'origine » ? Cette dimension retient l'attention du téléspectateur. Pour toutes ces raisons, le journal télévisé, plus que tous les autres programmes, donne le spectacle d'un Gabon en direct reconstitué autour des valeurs dominantes du discours politique. Les actualités télévisées en redéployent la puissance imaginative et affective autour d'un

⁴⁵⁸ Extrait visualisable sur <https://youtu.be/qVj51W2BFxE>, consulté le 03/09/2018. La journaliste a voulu dire Omar Bongo s'est éteint à Barcelone, mais s'est trompée et a prononcé Ali Bongo (son fils et successeur). Cette erreur lui a valu une sanction formulée par le directeur général de Gabon Télévision (de l'époque). Le média en ligne Info 241 en a fait un article titré : « Gabon Télévision sanctionne sa présentatrice de JT pour avoir annoncé le décès d'Ali Bongo ». Article consultable sur <http://info241.com/gabon-television-sanctionne-sa-presentatrice-de-jt-pour-avoir,2861>; lu le 03/09/2018.

monde oscillant entre fiction, réalité et affabulation. Il est ainsi un puissant générateur de passions et croyances diverses, en même temps qu'il est le lieu d'un rendez-vous institutionnel manqué mais cependant honoré par tous. Michel Gheude écrit : « Il nous arrive de regarder une image, une émission, une chaîne, non parce qu'elle nous intéresse vraiment, mais pour participer au groupe dont nous savons qu'il la regarde. Non plus comme un voyeur observe une réunion à laquelle il ne prend pas part, mais comme un participant à part entière »⁴⁵⁹. Au centre de cette « réunion invisible » se trouve le journaliste présentateur dans la position d'un énonciateur-organisateur, aidé par des énonciateurs invisibles acteurs clés du système médiatique et créateur de micros mondes : les journalistes reporters. Ils sont les alchimistes de l'information d'actualité, de la féerie et/ou de la curiosité qui l'entoure. Dès lors, on peut comprendre autrement la proposition des personnes enquêtées pour qui le journal télévisé de Gabon Télévision est une émission culturelle. Néanmoins, il restera à préciser de quelle culture il s'agit ici. D'ores et déjà, on peut prendre le risque de formuler l'idée que des cultures de rapports à la télévision publique nationale se sont instaurées de fait, ayant été générées par sa vision du journalisme et de la production des contenus. Mais en attendant que se prolonge ce débat, nous nous contenterons de dire que notre volonté de mettre au clair les « paradoxes » et comportements incohérents de notre corpus d'enquêtés est arrivé à sa fin.

9.5.3. « Débats » : un « personnage médiatique » central dans le système médiatique gabonais

Au Gabon, comme c'est d'ailleurs le cas dans plusieurs pays africains contemporains, les médias audiovisuels demeurent les seuls moyens d'information, les journaux papiers ne se distribuant que dans la capitale, de façons irrégulières dans les provinces et quasiment dans les centres urbains de l'arrière-pays. Si les journaux télévisés demeurent la fenêtre principale par laquelle le pays parle, se met en scène et se « spectacularise », il n'en demeure pas moins que les émissions de débats occupent une place centrale dans les imaginaires des publics. Cela tient au fait que ces espaces renvoient aux symbolismes démocratiques dont le Gabon s'est paré depuis qu'il a de nouveau consenti à devenir un Etat multipartite. Or, Gabon Télévision ne semble pas toujours en phase

⁴⁵⁹ Michel Gheude, « La réunion invisible : du mode d'existence du téléspectateur », *op. cit.*, p. 165.

avec ces symbolismes dont les expressions sont de multiples facettes : libertés de parole et d'expression, égalité des droits civils, constitutionnels et politiques, etc. Le déséquilibre des prestations politiques en faveur du pouvoir y est si prégnant que même l'Union Européenne venue assister le pays en tant qu'« observateur international » aux élections présidentielles d'août 2016 en fit une observation récriminatoire dans son rapport. La mainmise des gouvernants sur le média d'Etat est ainsi source de déséquilibre démocratique et de manque de transparence malgré la libération de la parole dans l'espace public national.

La prépondérance des émissions de débat à la télévision publique ne peut par conséquent être interprétée que comme une identification de celles-ci à des émissions promouvant les « cultures » nationales. Il y a une dimension symbolique qui s'y greffe, et qui nous paraît plus pertinente que la signification sociologique établie. Les émissions de débats concentrent en effet une forte convergence des téléspectateurs vers ces émissions de plateaux, et notamment quand ces émissions réunissent les personnalités politiques et les élites populaires appartenant aux girones politiques de l'opposition, du pouvoir ou les élites considérées comme apolitiques et/ou universitaires. Les émissions de débats sont donc le lieu et le moment d'exacerbations ou d'absorption des tensions sociales ; le lieu et le moment où la société gabonaise tout entière se découvre, se partage, se resserre, se desserre et se redistribue au gré des échanges mobilisés par ces « réunions invisibles ». Ces émissions sont donc des espaces de délégations de paroles, de croyances, de substitutions d'identités symbolique, sociale et politique entre les publics et les différents acteurs qui y participent. Il y a derrière eux, un alchimiste de la relation sociale, celui qui fait que le lien se noue, se dénoue, se serre et se resserre entre voisins, entre citoyens, entre partisans affectés par les mêmes discours politiques, mais dont le quotidien réel peut entrer ouvertement en conflit avec la perception politique de la réalité sociale véhiculée par les textes télévisuels. Les émissions de « débats » sont ainsi des espaces de conflictualités symboliques dont le mérite est de contribuer à l'homéostasie sociale ou de la déséquilibrer à l'occasion. Dans le contexte gabonais, cette dimension « quasi-freudienne » explique la relation d'amour si complexe entre publics et média public, et qui s'étend aux réseaux de socialisations citoyennes dominés par les idéologies politiques redéployées au sein des catégories socioprofessionnelles comme les syndicats des personnels privés et publics, les forces de l'ordre, etc. Pour

ainsi dire, l'amour des publics enquêtés pour les émissions de débat pourrait être réinterprété comme une quête sans cesse reportée mais toujours réaffirmée de démocratie et des expressions libertaires qui l'accompagnent, un refus voire un rejet de « la démocratie meurtrière »⁴⁶⁰ dans laquelle ils sont amenés à vivre depuis la révocation des rêves d'épanouissement collectif engendré par les utopies de la conférence nationale de 1990.

Fort de ce qui précède, si nombre de publics regardent les émissions de débat sur Gabon Télévision, il va sans dire que tous subliment, à cette occasion, le rêve d'unité nationale que le parti unique avait promis et qu'il n'a pas su construire et que la démocratie nouvelle n'a pas pu convertir en réalité concrète, notamment en raison de la nature clivante qu'elle s'est mise en devoir d'imposer à la nation. D'une certaine manière, c'est le même clivage que l'on retrouve dans la catégorisation des publics dégagée par le terrain. La question ici est d'en savoir les ressorts. Le prochain chapitre est consacré à la « sociologie des publics » de Gabon Télévision. Il nous permettra de déterminer les causes de la diversité figurative des publics enquêtés.

⁴⁶⁰ Noël Bertrand Boudzanga, *op. cit.*

Chapitre X.

Gabon Télévision, son public et les téléspectateurs

Nombre de recherches en SIC sur les enquêtes ou les statistiques médiatiques (notamment en France), ont dans un premier temps focalisé l'attention sur le monopole des médias (télévisuels) en termes de production de contenus⁴⁶¹, d'économie de l'information, des différents statuts des journalistes, etc. L'objectif ayant été de comprendre les processus de fabrication de l'information en tentant de répondre aux questions telles que : « qui fabrique l'information ? », « Comment sont produits les différents supports médiatiques présentés à l'écran ? » L'examen des contours de la production télévisuelle fait, d'autres chercheurs ont orienté leurs études vers ceux pour qui les contenus médiatiques sont conçus, à savoir les publics. C'est ainsi que dans la lignée des nombreux travaux, il était important d'en rappeler les tournants essentiels (début de chapitre 10).

⁴⁶¹ Monique Dagnaud, *Les artisans de l'imaginaire : comment la télévision fabrique la culture de masse*, Paris, Colin, 2006.

Les études sur la notion de « public » en sciences sociales montrent que le concept renvoie à plusieurs connotations. Pour ce qui est de l'outil télévisuel et des téléspectateurs réels, cette notion engendre diverses acceptions et recouvre aussi bien des attentes et que des besoins différents. C'est dans ce sens qu'il serait judicieux de cerner les contours de la réception de Gabon Télévision dans une analyse à la fois quantitative et qualitative. Ce procédé permettra non seulement de mettre un accent particulier sur la réception des contenus médiatiques, mais surtout sur les comportements et les représentations des publics gabonais dans leur réception de l'information en général, et des contenus culturels en particulier. S'il n'est plus question de revenir ici sur les définitions déjà adoptées auparavant dans la thèse, et notamment dans la première partie, le recours à quelques auteurs se montrera nécessaire pour circonscrire le cadre conceptuel du présent chapitre. Aussi, après les analyses quantitatives des chapitres précédents, il nous paraît maintenant pertinent de dresser une analyse qualitative des nombreuses données d'enquête de terrain obtenues. Pour ce faire, il s'avère nécessaire de resituer les motivations qui ont conduit à la présente thèse, et notamment d'en rappeler les hypothèses de départ auxquelles ce dernier chapitre tentera d'apporter directement ou indirectement des réponses. Directement, quand il s'agira d'y répondre explicitement, et indirectement, quand les réponses seront données de façon implicite. Voici donc réexposées nos hypothèses telles qu'elles avaient été formulées dans notre introduction générale :

1. l'offre culturelle télévisuelle de Gabon Télévision ne satisfait ni l'Etat (dont les missions du cahier de charges ne sont pas respectées), ni les téléspectateurs (dont les besoins en matière de culture télévisuelle ne sont pas comblés), bien que la culture en général, et la culture gabonaise en particulier, soient diffusées à l'antenne ;
2. il existe un paradoxe ou une forme de tension entre ce que la chaîne publique entend par culture et la définition que lui donne le public. Dans ce sens les attentes et besoins du public, en termes de contenus culturels, restent insatisfaits, de sorte qu'il se produise une situation d'incompréhension mutuelle entre Gabon Télévision et ses téléspectateurs ;

3. le positionnement de la chaîne favoriserait un manque de création et de créativité des hommes des médias occasionnant un déséquilibre au niveau du respect du contrat médiatique en rapport avec le triptyque du service public (informer, cultiver et divertir).

Ces trois hypothèses serviront de base à notre analyse qualitative des données traitées précédemment.

10.1. Les publics à la recherche des contenus culturels

D'après nos analyses qui précèdent, on est maintenant en droit de se poser ici la question introductive suivante : les publics de Gabon Télévision sont-ils une catégorie véritablement considérés et intégrés comme une catégorie à part entière de la vie nationale et comme acteurs du système médiatique national ? Inversement, Gabon télévision peut-elle revendiquer son statut de média de service public auprès de ses publics actuels ? Répondre à cette double interrogation nécessite de donner la parole aux producteurs, réalisateurs, intellectuels et autres membres de la société civile gabonaise.

10.1.1. Les réalisateurs et producteurs de Gabon Télévision et la notion de public

A priori, l'ensemble de personnes visionnant un poste téléviseur devrait constituer ou être nommée « audience ». Mais il s'avère que cette dénomination est la résultante d'une volonté des diffuseurs et producteurs de vouloir contrôler les préférences des téléspectateurs. Cette attitude renverrait parfois à une réalité technologique, voire économique. Cependant, Céline Ségur constate que ces terminologies employées pour nommer les individus qui regardent la télévision « [...] semblent davantage relever d'un effet de rhétorique que d'un déplacement de focale »⁴⁶². Il est tout de même important de souligner que les études d'audiences sont pour l'instant rarement menées en Afrique. Mais qu'à cela ne tienne, les recherches sur les publics, aussi empiriques soient-elles, demeurent un atout non négligeable au regard des nombreuses informations qu'elles permettent d'obtenir pour des exploitations à des fins diverses.

⁴⁶² Céline Ségur, *Les recherches sur les téléspectateurs, trajectoires académiques*, Paris, Lavoisier, 2010, p. 25.

En ce qui concerne Gabon Télévision, identifier et spécifier ses publics n'a pas été chose aisée, car comme nous l'avons souligné dans la première partie de ce travail, le média, par le biais de ses programmes, semble ne pas viser de publics cibles. En effet, l'exercice de la programmation pour cette chaîne de service public s'apparente davantage une sorte de « pilotage à vue ». Il nous a donc été difficile de cerner un public institué à qui soumettre des questionnaires d'enquête, comme cela a été le cas, par exemple, pour les travaux menés sur les téléspectateurs de la série « Urgences » dirigés par Chalvon-Demersay⁴⁶³. Dans son article « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée Urgences », l'auteure expose le fait que son analyse, ou du moins, la relation de la série aux téléspectateurs s'inscrit dans ce qu'elle a appelé « un rapport de force » entre cette fiction « et son public ». Pour comprendre cette relation, elle a interrogé des publics après les avoir catégorisé (professionnels de l'audiovisuel, membres des personnels médicaux et autres téléspectateurs). Cette attitude conduit donc à comprendre le fait que, en matière de production/programmation, l'idéalisation de la cible d'un programme est un facteur déterminant dans la conception/réalisation/diffusion des contenus médiatiques, encore davantage lorsqu'il s'agit des contenus culturels. D'où les interrogations suivantes : « la programmation de Gabon Télévision recherche-t-elle à fixer des cibles préalablement définies ? », « qui constituerait ces cibles ? » En d'autres termes, « qui sont les publics visés par cette chaîne ? »

Ces questions, de par leur proximité avec l'une des nombreuses autres que nous avons posées aux producteurs et réalisateurs gabonais, nous renvoient automatiquement aux entretiens. En effet, nous avons posé à cette catégorie d'acteurs médiatiques la question ci-après : « Quel public l'émission visait-elle selon vous ? En aviez-vous discuté avec les médias, en particulier avec Gabon Télévision (RTG) ? ». L'objectif poursuivi par cette interrogation était de cerner les représentations que se font les réalisateurs et producteurs de contenus de la notion de public. Et par la même occasion, d'essayer de savoir par ce biais si la chaîne du service public gabonais leur formulait des recommandations très claires quant à la production et à la réalisation des émissions en général, et des émissions culturelles en particulier. Si aucun producteur ni aucun

⁴⁶³ Sabine Chalvon-Demersay, « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée Urgences », in *Réseaux* n° 95, Sciences, malades et espace public, 1999, p. 235-283. http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1999_num_17_95_2160. Consulté le 10 décembre 2017.

réalisateur n'a pu répondre à cette interrogation, c'est un habitué des programmes et des plateaux de la chaîne de la chaîne publique qui a configuré la philosophie du travail journalistique qui s'y exerce : l'humoriste et acteur Godefroid Guiguabuguy qui a servi à la RTG₁ en tant que producteur d'émission de divertissement. Il est plus connu au Gabon et en Afrique sous son nom de scène « Omar Defundzu ». Pour lui, le traitement ou l'évocation des questions liées à la production/diffusion des contenus médiatiques se résumerait au fait de « ne pas heurter le pouvoir en place ni les mœurs des populations »⁴⁶⁴.

10.1.2. Les publics perçus par les producteurs et les réalisateurs

Selon Géraldine Poels, « le téléspectateur, comme figure sociale, est le résultat d'un travail de construction discursive. Il importe au sein de ce tissu de discours de débusquer les lieux communs et les fausses évidences »⁴⁶⁵. Cette façon de voir les choses semble tout à fait pertinente, au regard des données issues de notre enquête de terrain. En effet, dans les chapitres précédents, les statistiques relatives aux personnes possédant un poste de télévision à domicile ont démontré que 90,8% d'entre elles en détenaient au moins un, contre 8,6% qui n'en n'ont pas. Par rapport à ce pourcentage, 85,40% des personnes interrogées captent la chaîne et seulement 41,8% la regardent « toujours » et « souvent », contre 48,4% qui la regardent « parfois », donc accidentellement ou « jamais ». Comme nous le disions plus haut, pour une chaîne publique nationale, ces statistiques sont assez indicatives. Elles démontrent un tant soit peu qu'au niveau du Gabon le pacte communicationnel entre le service public de télévision et les populations s'est desserré en défaveur des programmes de Gabon Télévision qui voit les publics gabonais migrer vers d'autres chaînes présentant plus d'intérêt à leur yeux. La curiosité incite donc ainsi à se demander si les concepteurs de programmes de la chaîne publique nationale s'interrogent sur la diversité de ce public, et notamment, sur le fait que les populations gabonaises sont diverses (de par leurs origines culturelles, les variables de sexe et d'âge, ou tout simplement de par la sociologie des dites populations). Un autre fait est qu'elles ne parlent pas toutes couramment la langue officielle qu'est le français et n'ont pas le même niveau

⁴⁶⁴ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n°16, p. 585-587.

⁴⁶⁵ Géraldine Poels, *Les Trente Glorieuses des téléspectateurs. Une histoire de la réception télévisuelle des années 1950 aux années 1980*, Paris, INA Editions, 2015, p. 13.

d'instruction (ce qui pourrait constituer un véritable frein à la compréhension de certains programmes).

Quand on aborde ces sujets problématiques avec les producteurs ou réalisateurs d'émissions, ces questions ne semblent pas se poser. Pour Alain Oyoué, producteur de l'émission « Samba-samba », arrivé à la RTG₁ en 1982, ce programme culturel « visait le grand public, [mais celui qui était à] la recherche d'une identité gabonaise »⁴⁶⁶. Dominique Douma a intégré le média en 1984. Son programme culturel qui était intitulé « Côté cour, côté jardin » était bâti sur le présupposé qu'il intéresserait « tous les publics »⁴⁶⁷. Total Bekale qui a rejoint les rangs de la RTG₁ quatre ans plus tard, c'est-à-dire en 1988, avec son émission « Dieu en questions », estime que ce programme est « une émission grand public »⁴⁶⁸ également.

Pour ces acteurs médiatiques des années 1980, la notion de publics ou de « grand public » plus précisément, ne semblait probablement pas être une notion vague et ambiguë. Autrement dit, leur conception du public confirmerait la thèse selon laquelle un public médiatique gabonais serait simplement « un ensemble de personnes uni [...], non pas physiquement, mais par un imaginaire »⁴⁶⁹. Ce qui sous-tendrait que les caractéristiques sociales des publics importaient peu parce qu'étant d'une part l'émanation des constructions sociales et d'autre part, un avatar du peuple ou encore de la nation gabonaise, si l'on s'en tient justement au propos de Daniel Franck Idiata pour qui « une nation est [...] une communauté humaine ayant la conscience d'être unie par une identité historique, culturelle, linguistique ou religieuse »⁴⁷⁰. Notons que le Gabon, dans son élan de mimétisme du pays colonisateur, s'est constitué en Nation. Et depuis la France, nombre de Gabonais tentent de s'imaginer appartenir à une nation, considérant ainsi la nation comme un agrégat de citoyens. Ainsi opèrent-ils « une superposition entre la nation, le peuple [...] »⁴⁷¹. C'est donc sur ce principe que s'appuieraient les acteurs médiatiques de cette époque pour se représenter le « grand public » gabonais. « Pourquoi ? », sommes-nous tentée de nous interroger.

⁴⁶⁶ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n°17, p. 589-552.

⁴⁶⁷ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n°18, p. 593-598.

⁴⁶⁸ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n°15, p. 583-588.

⁴⁶⁹ Géraldine Poels, *Les trente Glorieuses des téléspectateurs*, op. cit., p. 14.

⁴⁷⁰ Daniel Franck Idiata, *Le reflet du miroir*, op. cit., p. 40.

⁴⁷¹ *Ibidem*, p. 41.

Répondre à cette question, c'est repartir dans l'histoire de la chaîne, se référer notamment à sa création. En effet, la RTG avait pour principales missions l'information et l'éducation populaire à des fins de construction et de solidification de la nation gabonaise autour d'idéaux communs. Il ne s'agissait donc en aucun cas, pour ce média, de se préoccuper des opinions des populations, mais plutôt de son éducation comme le signale Oyoué en de termes très clairs : « L'émission visait à élever le niveau culturel du public, un public que je qualifierai de familial. On apprenait au public à avoir un esprit critique et à apprécier ce qu'est une œuvre d'art, savoir qu'au-delà de l'œuvre, il y'a un message ». Dès lors, cette attitude invite à une autre interrogation aussi minime soit-elle. Eduquer les populations, ce « public familial », n'incite donc pas à en savoir plus ? De plus, qu'est-ce qui s'érigerait alors en frein à sa rencontre ? C'est pour avoir des réponses à ces questions que nous avons inséré la question n°7 dans l'entretien avec les producteurs et réalisateurs⁴⁷² des programmes : « Avez-vous rencontré des difficultés dans le sens de l'imposition de certaines règles par la chaîne (format tv, ligne éditoriale, images, propos à privilégier, à valoriser ou non, etc.) ? »⁴⁷³

Cette question dissimulait très bien le fait que nous voulions, dans un premier temps, comprendre les raisons pour lesquelles les producteurs et réalisateurs de la chaîne publique nationale s'évertuent à avoir une conception évasive des publics. Dans un second temps, il s'agissait aussi de savoir si cette attitude a un rapport direct avec le média lui-même. A ce titre, nombre d'entre les personnes interrogées apparaissent contradictoires dans leurs réponses. Pour ce qui concerne les professionnels des années 1980, il faudrait sans doute rappeler qu'ils exerçaient leur métier dans un contexte de parti unique. Alain Oyoué dit avoir eu des difficultés quant au respect de la ligne éditoriale de la chaîne et estime en même temps avoir eu « une certaine liberté » dans le traitement de différents sujets. Pareille attitude est observable chez Total Bekale qui, dans un premier temps, répond par la négative à la question n°7 et renchérit ensuite par une anecdote : « [...] pour la petite histoire, des gens s'étaient plaint du ton de l'émission auprès du président Omar Bongo, qui m'avait fait convoquer et m'avait

⁴⁷² Nous avons choisi les producteurs et réalisateurs d'anciens programmes pour plusieurs raisons, dont celle d'avoir le fil conducteur à l'origine de la conception des premiers programmes (culturels) de la chaîne, mais aussi celui d'avoir des témoignages emprunts de sincérité, contrairement à ceux des acteurs actuels (2016-2017) encore exposés aux repréailles professionnelles et administratives.

⁴⁷³ Cf. Guide d'entretien avec les producteurs et réalisateurs, tome II, annexe 12, p. 571.

d'ailleurs entendu... ». Contrairement à ses deux collègues, Douma, lui est plutôt catégorique: « Oui, à un moment, j'ai été victime de la censure de la part du pouvoir en place : interdiction de diffuser toutes mes œuvres, littéraires, musicales, théâtrales... ». Ces propos laissent apparaître le fait que, malgré une bonne volonté affichée dans le sens de servir la nation par l'information et l'éducation des populations, la censure était à la fois absente mais réelle, planant sur la tête des professionnels telle une épée de Damoclès. Cette impression de « barrière à ne pas franchir » s'intensifie et devient effective chez les producteurs et réalisateurs des années suivantes. C'est le cas de Godefroid Guiguabuguy (Omar Defundzu), dont les pièces de théâtre et/ou les sketches conçus pour être diffusés dans la chaîne du service public ne devaient pas « titiller » le pouvoir et ses démembrements. Il affirme: « Oui, on nous avait demandé de nous intéresser uniquement à l'aspect social de la vie quotidienne des populations »⁴⁷⁴.

Plus tard, les producteurs et réalisateurs des années 2000 avaient pleinement conscience des « règles du jeu » en matière de contenus indésirables à la RTG₁. Il fallait éviter de s'immiscer dans les sujets fâcheux, dont le principal demeure la politique pour échapper à la censure. C'est ainsi que Fernand Lepoko qui est arrivé en 2002, avec son programme « Allo police »⁴⁷⁵, s'est vu tout imposé par la police nationale, sponsor de son émission liée à la sécurité populaire. Plus récemment, Melchisédech Obiang dont le partenariat avec Gabon Télévision s'est noué en 2005 grâce la série « Kongossa » s'en est plutôt bien sorti. Sa réponse à la question n° 7 est marquée par beaucoup d'assurance : « Non, il n'y avait aucun frein de la part de la direction générale de la chaîne. Le directeur général David Ella Mintsa connaissait déjà la série de par son succès sur TV+. Il n'a pas émis des suggestions quant au contenu [...] »⁴⁷⁶.

Les témoignages de ces quelques producteurs et réalisateurs extérieurs à la chaîne publique, ainsi que ceux des professionnels qui y ont exercé ont été d'un apport considérable dans la compréhension de la notion de « public ». Nous nous intéresserons aussi à ceux d'autres acteurs, notamment ceux qui y sont actuellement en activité.

⁴⁷⁴ Cf. Tome II, entretien n° 16, *op. cit.*

⁴⁷⁵ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n° 19, p. 599-602. A toutes fins utiles, précisons que ce programme était diffusé en 2016. Nous l'avons d'ailleurs regardé en streaming lors du visionnage des émissions diffusées en direct par la chaîne (journaux télévisés).

⁴⁷⁶ Cf. Tome II, annexe 13, entretien n° 14, p. 580-582.

10.1.3. Les journalistes de Gabon Télévision, leurs responsables et la notion de public

Le constat précédent se résume au fait que le contexte politique monolithique réduisait fortement la liberté d'expression des producteurs et réalisateurs, mais aussi les contenus de leurs émissions. Cependant, la censure n'a pas réduit leurs capacités imaginatives à néant. Certains d'entre eux essayaient de s'exprimer sous couvert de propos corrects pour la classe politique. La grande tendance consistait donc à identifier le « grand public » de la RTG₁ à la nation gabonaise, voire au peuple gabonais. La notion de « public », dans cette perspective, est restée aussi évasive que cela pouvait déjà paraître. C'est pourquoi la tentation est nôtre de savoir si avec les nouveaux acteurs médiatiques, cette lourde tendance a subsisté dans le nouveau contexte politique gabonais dorénavant « démocratique » et « multipartite ». A cette donnée politique il faut aussi ajouter que la RTG₁ qui s'est entre temps muée en Gabon Télévision a désormais un peu plus d'un demi-siècle d'existence et que le PAG s'est fortement achalandé et s'est vu envahir par des chaînes publiques et privées étrangères *via* les réseaux satellitaires. Cette nouvelle situation laisserait croire que les lignes ont beaucoup bougé. Dès lors, comment les acteurs médiatiques actuels pensent-ils les publics de Gabon Télévision ? La réponse à cette question n'est pas évidente en l'absence totale d'instrument de mesure d'audience. Mais empiriquement, il serait possible de tenter d'y répondre, notamment en s'appuyant sur les entretiens avec les journalistes et les responsables du média.

Dans le guide d'entretien qui leur a été dédié, nous n'avons pas inséré de questions explicites sur les publics. En effet, il s'agissait de découvrir si oui ou non ces derniers étaient réellement au centre de leurs préoccupations. De ce fait, la première question était en quelque sorte une « question test » qui permettrait de « dénicher » qui d'entre ces acteurs avait choisi ce métier par amour du « public ». Cette question a donc été formulée comme suit : « Pourquoi avoir choisi de faire ce métier et pas un autre ? ». Les réponses à cette question peuvent être classées en deux catégories. La première consiste à envisager le public comme « l'ensemble des citoyens ». Pour ce groupe, la notion de « publics » semble enfin se conformer aux définitions qu'en donnent les spécialistes des SIC. En effet, Thierry Mbina, présentateur et animateur des émissions « On dit quoi ? C'est show devant » et « Boulevard triomphal » nous confie s'être longtemps préoccupé de la réception de ses émissions en tenant non seulement compte du courrier des

télespectateurs, mais surtout en tentant, quand cela s'avérait nécessaire, de prêter une attention particulière à leurs observations. Il s'est exprimé en ces termes : « Notre public était de tous les âges [...] Je tenais compte de leurs préoccupations. C'est ce qui m'a aidé à améliorer mes contenus et la qualité de mes émissions [...] »⁴⁷⁷. Dans le même ordre, le journaliste Jean-Augustin Nzengui dit avoir choisi ce métier « parce qu'il permet d'être en contact avec toutes les catégories de la population tout simplement »⁴⁷⁸. C'est également le cas pour Edgar Kaba qui a « toujours été intéressé par l'idée d'informer le plus grand nombre de personnes sur ce qui se passe et sur ce qu'il adviendra »⁴⁷⁹. Pour leur part, mesdames Lynda Gnoumba et Eustacha Ada s'inscrivent dans la même logique. Si pour la première, être journaliste c'est « être toujours connectée et renseignée sur tout ce qui se passe au sein de l'espace public »⁴⁸⁰, pour la seconde, l'idée du public est beaucoup plus précise. Ainsi, elle suggère un ciblage et propose que Gabon télévision « diffuse des programmes culturels adaptés aux différents publics. Par exemple, pour les tout-petits, des émissions ludiques, sous formes de jeux... »⁴⁸¹.

La seconde catégorie de réponses concerne les motivations qui ont conduit une branche non négligeable d'autres journalistes de Gabon Télévision à choisir les professions journalistiques. Cette branche est essentiellement composée de ses dirigeants. Les réponses enregistrées permettent de déceler diverses motivations. Nous constatons qu'à l'exception d'un seul d'entre les responsables administratifs de ce média, quatre autres n'ont pas choisi ce métier pour éclairer la lanterne du « grand public ». Le directeur général de Gabon Télévision (de l'époque de cette enquête), Mathieu Koumba, s'exprime en ces termes : « J'ai choisi ce métier par pure conviction parce que j'ai aimé ce métier, j'étais convaincu d'évoluer là-dedans, vu que c'était très passionnant. J'ai toujours rêvé de faire ça un jour [...] »⁴⁸². La directrice des programmes quant à elle

⁴⁷⁷ Entretien Thierry Léandre Mbina, présentateur et animateur d'émissions à Gabon Télévision, le 08 janvier 2018. Ce professionnel de Gabon Télévision nous a informée de ce que cette chaîne publique nationale, à une époque donnée, recevait des courriers des téléspectateurs. Ceux de Libreville déposaient eux-mêmes les leurs dans une boîte à lettres au siège de la chaîne et ceux résidant en provinces envoyaient les leurs par voie postale à la boîte postale 150 Libreville/Gabon. Quant aux émissions interactives, de nombreux de téléspectateurs appelaient au cours des programmes diffusés en direct. Cf. Tome II, annexe 13, entretien n° 20, p. 597-598.

⁴⁷⁸ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 3, p. 545-546.

⁴⁷⁹ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 4, p. 547-549.

⁴⁸⁰ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 10, p. 567-568.

⁴⁸¹ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 5, p. 600-601.

⁴⁸² Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 11, p. 569-571.

estime que c'est une conséquence de son parcours universitaire. Elle confie : « J'ai choisi ce métier par passion. J'ai une maîtrise en Lettres Modernes [...] »⁴⁸³. C'est également le cas pour le directeur technique adjoint de la Maison Rawiri pour qui « la technique était une voie évidente.... »⁴⁸⁴. Ces déclarations peuvent avoir un caractère « aberrant ». Car, aucun de ces responsables administratifs ne fait référence à l'existence, mieux à l'importance du public, principal destinataire des contenus diffusés par leur média. Ces postures sont d'autant plus inquiétantes que ceux-ci sont des « journalistes » bien formés dans les grandes Ecoles ou universités (africaines et européennes), ou ayant appris la profession « sur le tas ». Leurs mutismes sur la conception, la production et la réalisation des programmes télévisés (culturels) semblent aller de soi car aucune allusion n'y est faite. L'abstraction du public de leurs « imaginaires professionnels » expliquerait en partie les nombreuses observations relevées dans l'exercice de la programmation. Elles ont été nommées « pilotage à vue » en première partie de ce travail. Qu'est-ce qui serait alors à l'origine de ce « déni » du public ? Sommes-nous tentée de nous interroger à nouveau. La réponse à cette interrogation pourrait en partie se trouver dans le propos du présentateur Thierry Léandre Mbina. Pour lui, « le Gabonais est souvent plus royaliste que le roi. Chacun pense connaître la télé du fait d'être téléspectateur »⁴⁸⁵. L'évaluation du public fondée sur les courriers des téléspectateurs laisse cependant apparaître des zones d'ombre. En d'autres termes, le public ne connaîtrait pas probablement les contraintes auxquelles font face les différents acteurs médiatiques dans l'accomplissement de leurs tâches quotidiennes, encore moins les contraintes qui entourent l'exercice des métiers de la télévision, et en l'occurrence, ceux qui contribuent à la conception, la réalisation et à la diffusion des émissions. Cette préoccupation semble bien aux antipodes du pragmatisme professionnel dont doit faire preuve un journaliste qui ne peut qu'intégrer ou anticiper la critique susceptible d'être déployée par son public cible. « Ainsi, les téléspectateurs prennent rarement la peine d'écrire pour donner leur approbation, mais réagissent massivement lorsque ce qui allait de soi semble menacé »⁴⁸⁶, écrit Poels. Cela veut dire que tenir compte des avis du public est essentiel. C'est pourquoi toute confection de

⁴⁸³ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 12, p. 578-579.

⁴⁸⁴ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 7, p. 562-563.

⁴⁸⁵ Cf. Tome II, entretien n° 20, *op. cit.*

⁴⁸⁶ *Ibidem*, p. 122.

programme exige de faire preuve de discernement. En ce qui concerne le public, Thierry Léandre Mbina rajoute que « chacun veut voir appliquer sa façon de penser la télévision quand bien même il ignore comment ça se passe »⁴⁸⁷. Cette méfiance apparente à l'égard du public gabonais constituerait-elle la seule raison pour laquelle les dirigeants de la chaîne publique nationale, voire les professionnels de ce média ne s'intéressent pas en amont aux conceptions des contenus médiatiques en phase avec les besoins réels des téléspectateurs ? Le média sera-t-il victime de l'*a priori* fonctionnaliste selon lequel le pouvoir de décision appartient aux journalistes et à leurs enseignes, et que pour cela, d'après le contexte politique de naissance de Gabon Télévision, informer, éduquer et divertir les gabonais participerait-il du postulat selon lequel les professionnels de ce média doivent dicter des contenus en fonction des objectifs politiques soumis au cahier de charges qui leur est fourni, et en dehors duquel tout autre contenu médiatique national ne peut être pensé ? A la lumière des résultats des enquêtes de terrain ci-dessus exposés, nous pensons qu'il y a un grand malentendu communicationnel qui peut être entretenu par l'histoire de Gabon Télévision, ses objectifs politico-sociaux, les habitudes professionnelles, les contextes historiques de conception, production et de diffusion des contenus télévisuels, en général, et des contenus culturels en particulier. De toute évidence, les grandes mutations politiques, culturelles et technologiques qui secouent le monde et qui ont progressivement transformé la psychologie et la mentalité gabonaises et globalement les métiers du journalisme à l'échelle mondiale ne sont pas suffisamment prises en compte pour traiter de la notion de « publics ». Il y a là un problème évident.

Prosper Tonda, conseiller du directeur général de Gabon Télévision, émet un tout autre argument. Il affirme qu'« *a priori*, les programmes sont plus institutionnels, donc ils ne sont pas destinés à cultiver la population, mais s'adressent plutôt aux tenants du pouvoir, [...] »⁴⁸⁸. Son propos est doublement significatif. D'une part, il laisse entendre que dans l'imaginaire des dirigeants de Gabon Télévision, la notion de « publics » renvoie au pouvoir politique, aux gouvernants et à leurs clientèles. Prosper Tonda renchérit d'ailleurs, en prenant cette fois un exemple concret, celui de l'émission « Le Ndzimba » dont il dit que « c'est un programme culturel institutionnel qui s'adresse

⁴⁸⁷ *Idem.*

⁴⁸⁸ *Op. cit.*

plus au président de la République... »⁴⁸⁹. Cette affirmation nous semble plausible. Elle corrobore l'analyse statistique relative aux contenus des programmes diffusés sur Gabon Télévision. Il soutient donc la réalité du terrain qui atteste le fait de la prédominance des programmes d'information est à connotation politique, même les programmes dits « culturels ». Dans cette perspective, on admet en conséquence que pour les quatorze acteurs médiatiques de Gabon Télévision interrogés, le public renvoie aux « citoyens gabonais », aux « compatriotes », aux politiques et à leurs cours. Ce point de vue qui équivaut à celui de plusieurs producteurs et réalisateurs de la télévision, à l'épreuve des pratiques, se mettrait ainsi en opposition avec ses objectifs déclarés, amenant par ailleurs ses professionnels à ne plus renouer avec « [...] nos cultures en lien avec nos ethnies dans nos programmes télévisuels, les faire revivre, surtout pour léguer un héritage à nos enfants.... »⁴⁹⁰. C'est au plan pragmatique et social que la télévision se destine désormais des significations nouvelles nées des usages, des rapports étroits avec la gouvernance politique en contexte démocratique gabonais. Tout donc porte à croire que le média s'autorise à penser que son existence suffit à elle seule à modeler la conscience des téléspectateurs, au simple motif que ses animateurs et lui-même détiendraient une capacité d'influence sur les individus grâce à une programmation destinée à entretenir un certain climat politique autour de la gouvernance du Gabon. Cette attitude consisterait donc à envisager ou imaginer le public de Gabon Télévision comme des âmes sur lesquelles la télévision peut encore exercer « son pouvoir ».

10.1.4. Les « intellectuels », les hommes politiques et les membres de la société civile face à la notion de public

La télévision étant par définition un média d'interaction, il nous importe de savoir la nature des interactions entre Gabon Télévision, instance émettrice, et ses interactants que forme la classe de récepteurs. A ce titre, il devient indispensable de s'interroger sur les perceptions que s'en font les téléspectateurs gabonais. Dans ce point, on s'intéressera d'abord aux personnalités publiques.

⁴⁸⁹ *Ibidem*.

⁴⁹⁰ Cf. Tome II, annexe 10, entretien n° 9, p. 564-565.

Ce que nous désignons ici par élite d'après la sémantique que donne Luc Ngowet⁴⁹¹ à ce mot en contexte gabonais est constituée d'une classe d'acteurs disparates, qui est composée d'intellectuels (universitaires), hommes politiques et personnalités de la société civile relativement connus de l'espace public gabonais. Nous commencerons notre analyse des entretiens réalisés par l'examen des propos des personnels politique et administratif, mais aussi d'une personnalité de la société civile et lanceur d'alertes. Ensuite, nous verrons ce qu'en pensent les universitaires (intellectuels).

Les propos de ce personnel à cheval sur au moins deux cultures, les cultures locales et les cultures occidentales acquises par l'éducation scolaire, ont été recueillis lors des entretiens spécifiques thématiques : « Entretiens avec les hommes politiques et autres personnalités publiques ». Ils laissent apparaître une certaine conception du « public » fondée sur une sorte d'« égocentrisme » ou de « narcissisme » ; c'est-à-dire qu'il n'est pas étonnant de constater que pour parler de public, les interviewés s'incluent presque automatiquement. Ce « narcissisme » ou cet « égocentrisme » se manifeste et se justifie en conséquence par l'emploi régulier du pronom personnel « nous » à travers lequel ces personnalités publiques gabonaises se reconnaissent comme instances réceptrices des contenus médiatiques du service public national en tant que « publics » et/ou « téléspectateurs ». Ce faisant, elles démontrent un manque de distanciation entre l'institution médiatique et les instances de réception critique de cette institution qu'elles sont censées être. Cette posture démontre, s'il en était encore besoin de le réaffirmer, la charge passionnelle suffisamment dense qui affecte les rapports aux médias au Gabon, et notamment celui du service public (Gabon Télévision) avec leurs consommateurs⁴⁹².

Pour l'ancien maire de Mouila, Fidèle Nguembi, le rapport à la télévision publique nationale aujourd'hui se décrit dans une certaine historicité du média contextualisée avec le développement du Gabon. Il affirme : « En 1963, date de la création de la télévision RTG₁, nous ici à Mouila, n'avions pas accès à la télévision, [...] »⁴⁹³. Marc Ona Essangui, responsable de l'ONG Brain Forest, complète ce propos : « Voyez-vous

⁴⁹¹ Nous utilisons ce terme au sens de l'écrivain gabonais Luc Ngowet. Ce dernier ne définit ni catégorise « l'élite ». S'appuyant sur l'expérience politico-sociale du Gabon, l'auteur de *Petites misères et grand silence* considère comme « élites » « tous ceux qui exercent un quelconque pouvoir politique (autant qu'économique) intellectuel ou culturel, reconnu ou pas, élu ou non... », *op. cit.*, p. 28.

⁴⁹² Georice Berthin Madébé, « La presse gabonaise et son public. Un divorce non consommé », contribution au Colloque sur *L'éducation aux médias. Nouveaux enjeux, rôles et statuts des acteurs*, Abidjan les 13 et 14 mars 2014.

⁴⁹³ Cf. Tome II, annexe 15, entretien n° 24, p. 616-618.

à quel point ce n'est pas rassurant pour nous citoyens gabonais de regarder notre chaîne de télévision nationale ! »⁴⁹⁴. Emile Boulingui Koumba, ancien directeur général de l'Agence Gabonaise de Presse et ancien directeur général du second quotidien national « Gabon Matin », aujourd'hui responsable administratif d'un hebdomadaire progouvernemental, « Matin Equatorial », ne déroge pas à cette règle. Il témoigne : « notre télévision est même un danger pour la culture, surtout pour la culture nationale, car elle détourne la culture au profit de la politique »⁴⁹⁵. Une analyse rapide de ces propos démontre toute la tension existant entre ces personnalités et le système médiatique national, ses règles de production de l'information, etc. et les besoins réels en contenus culturels de ceux-là même qui sont au service du pouvoir. Le « Nous » dicte à la fois une implication, une reconnaissance active et participative à la gouvernance, en même tant qu'il indique une distanciation, une non-admission des pratiques qui fait basculer les personnels interviewés du côté de la raison : « notre télévision est même un danger pour la culture, surtout pour la culture nationale », assène Emile Boulingui Koumba, ancien journaliste à la RTG₁ qui a gravi les échelons professionnels du système médiatico-politique national !

En ce qui concerne les universitaires, il faut revenir à la conclusion de la première partie de ce travail pour résumer en trois aspects majeurs les impressions dégagées par leurs propos. Ces trois aspects se déclinent comme suit : la mainmise des acteurs politiques sur la télévision, l'indignation face à l'instance de régulation et à l'incohérence dans l'exercice de programmation des contenus. A ce constat, nous pouvons ajouter les observations déjà faites par les organismes internationaux que sont l'Unesco et le Pnud. Notamment :

⁴⁹⁴ Cf. Tome II, annexe 15, entretien n° 28, p. 628-629.

⁴⁹⁵ Cf. Tome II, annexe 15, entretien n° 26, p. 622-624.

1. « Les médias sont perçus comme très politiquement orientés vers la promotion du gouvernement et du chef de l'Etat pour les médias publics et certains médias privés ; la promotion des responsables de l'opposition selon les tendances des médias apparentés » ;
2. « le public jeune manifeste une forte défiance à l'égard des médias privés compte tenu de leurs positions éditoriales jugées essentiellement partisans » ;
3. « la trop forte imbrication médias/politique conduit à des confusions qui assimilent certains journalistes à des membres de formations politiques, ce qui, de l'avis de certains interviewés, entraînerait selon les cas, leur exclusion ou leur promotion »⁴⁹⁶.

Autrement dit, les critiques formulées à l'endroit des médias gabonais, et précisément la télévision de service public, problématissent explicitement le rapport de cette dernière à ses différents publics. De tout ce qui précède, on peut désormais dire sans risque de se tromper que la télévision nationale publique gabonaise n'a pas de public défini. Elle assimile simplement cette notion à celle de nation, donc à l'ensemble indifférencié des citoyens gabonais. Dans cet ordre d'idée, lorsque Luc Ngowet, alors en formation journalistique à Bordeaux en France publia *Petites misères et grand silence* en 2001, il dressa un tableau très sombre de l'expression culturelle gabonaise. D'après cet auteur, le « vide culturel » observé dans les différentes institutions de la République gabonaise (écoles, médias, espace public, etc.) a donné forme à une « société régressive ». Ainsi, Luc Ngowet envisageait-il la notion de public sous l'angle de « la population », et plus précisément de la « la famille gabonaise » estimée être « l'institution de base et le berceau [des] tradition[s] » gabonaises⁴⁹⁷. On notera que cet auteur a une différente approche de la notion de « public » qui dénote d'un certain regard sur les sociétés traditionnelles africaines. En effet, en rapprochant « public » et « famille », Luc Ngowet décline une base à partir de laquelle réfléchir sur la notion de « publics » en contexte africain. De fait, la famille africaine a une base large caractéristique de ses interactions

⁴⁹⁶ Unesco, Pnud, *op. cit.* p. 48-49.

⁴⁹⁷ Luc Ngowet, *Petites misères et grand silence, op.cit.*, p. 34.

sociales. Ngowet nous suggère-t-il de comprendre la notion de public comparativement à cette structure. Son interprétation de la notion recommande-t-elle de comparer la diversité d'individus et de besoins reconnue aux familles africaines traditionnelles voire modernes à celle des cohortes des publics ? Il y a un pas qu'on ne saura franchir, bien que l'approche de Ngowet ouvre sur une perspective d'analyse anthropologique et sociologique assez intéressante.

Pour sa part, Tidiane Dioh a dressé un panorama historique des chaînes de télévision dans lequel la réflexion porte davantage sur la nature des chaînes de télévision africaines que sur les caractéristiques de leurs publics. Néanmoins il met l'accent sur la qualification du public. L'auteur d'*Histoire de la télévision en Afrique noire francophone des origines à nos jours* trouve que les téléspectateurs africains constituent « un public plus exigeant »⁴⁹⁸. L'étude de la télévision gabonaise dans son livre a pour titre : « Petit pays, grandes ambitions ». Il nous suggère l'idée que la télévision y a été introduite sans étude préalable. L'auteur écrit : « au Gabon, l'histoire de la télévision débute sur une mauvaise note : le Président Léon Mba a passé commande d'une station de télévision [qui] se révèle inadaptée »⁴⁹⁹. Doit-on comprendre que la télévision n'était qu'une préoccupation politique qui n'envisageait le public que sous l'angle de l'Etat-nation ? Dans ce sens, la création des cases d'écoute dans les quartiers populaires de Libreville cherchait à rendre son usage populaire, les populations ne disposant pas de postes téléviseurs dans leurs domiciles. Pour Arthur Sabi Djaboudi, le contraste entre la forte demande d'accès à l'information et les coûts élevés des postes téléviseurs aurait incité le Président Léon Mba à décider de « la création d'un système de vente devant permettre à la majorité des familles gabonaises d'acheter un téléviseur »⁵⁰⁰. Le souci présidentiel était donc de rendre disponible l'outil télévisuel afin d'entreprendre « l'éducation » du plus grand nombre de Gabonais, conformément à son discours⁵⁰¹ relatif à l'inauguration de Télévision Gabonaise.

⁴⁹⁸ Tidiane Dioh, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone des origines à nos jours*, op. cit., p. 9.

⁴⁹⁹ *Ibidem*, p. 119.

⁵⁰⁰ Arthur Sabi Djaboudi, *Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutations*, Paris, L'Harmattan, 2017, p. 37.

⁵⁰¹ Cf. Tome II, annexe 1, op. cit., p. 488.

10.1.5. Le public : une notion encore en devenir

La problématique des « publics » au Gabon peut être maintenant envisagée d'un autre point de vue. En 2013 paraissait *Les enjeux de la communication*, ouvrage dans lequel fut publié l'article : « La communication publique au Gabon. Des savoirs et savoir-faire à la quête de la légitimité »⁵⁰². Dans ce texte, Anaclet Ndong Ngoua nous informe que la communication publique est une émanation de la communication politique, voire gouvernementale. Ce qui induit qu'elle s'intéresse à l'ensemble des citoyens. Pour Ndong Ngoua : « Il [le citoyen] est donc un interlocuteur du débat portant sur la cité ou la collectivité publique. C'est aussi un contribuable [...] avide d'informations »⁵⁰³. En un mot le citoyen-télespectateur et usager de l'Etat est un sujet dont les compétences cognitives doivent être accrues aux fins d'améliorer sa maîtrise de l'environnement national et international. C'est cette démarche qui aurait conduit les hommes politiques et les médias d'Etat à avoir une meilleure connaissance de la structure démographique et sociale du Gabon afin d'en savoir objectivement les attentes et besoins. Or, le fondement politique et idéologique de la notion de « public » hérité par la télévision publique gabonaise continue d'entretenir aujourd'hui la confusion autour de ses missions, autour de l'idée que se font les hommes de presse qui y travaillent, et de façon générale, les producteurs et réalisateurs de contenus culturels. En d'autres mots, comme par un effet de contagion professionnelle il y a perception de la notion qui ne semble pas avoir évolué depuis l'implémentation de la télévision jusqu'à nos jours. Cette « résistance » cognitive a eu pour conséquence à long terme une intelligence du « public » presque « immuable », dictée par le seul point de vue de l'émetteur et ses sous-instances. L'ancrage de cette intelligence dans l'espace-temps gabonais demeure assez significatif qu'aujourd'hui les personnels médiatiques ne semblent pas en avoir pris conscience, au point de n'en avoir pas fait varier le sémantisme. Ils continuent d'envisager la production des contenus culturels du point de vue dominant : celui des détenteurs des technologies de télécommunication.

⁵⁰² Anaclet Ndong Ngoua, « *La communication publique au Gabon : Des savoirs et savoir-faire à la quête de la légitimité* », in Georice Berthin Madébé, *Les enjeux de la communication. NTIC, médias et relations publiques au Gabon*, op. cit.

⁵⁰³ *Ibidem*, p. 79.

10.2. Le public révélé par l'enquête de terrain

Si la notion de public envisagée par nombreux enquêtés évoqués dans l'espace public gabonais paraît encore perçue de façon on ne peut plus incertaine, en SIC elle a connu un traitement assez exhaustif. Pour Jean Pierre Esquenazi, il existe six catégories de « publics » : « le public activé par l'œuvre » ; « le public précisé par l'enquête » ; « le public suscité par les stratégies commerciales » ; « le public produit par la stratification sociale » ; « le public structuré par des configurations culturelles » et « le public défini par les interactions sociales »⁵⁰⁴. Esquenazi confirme donc que la notion de public doit s'entendre au pluriel, et non comme une structure informe d'individus consubstantiels. Par conséquent, il n'existe pas un seul public pour la télévision, mais plusieurs, car il n'y a public que « de » quelque chose. Encore est-il nécessaire de préciser « qu'il faille saisir l'objet dont il y a public pour pouvoir discerner ce dernier », comme le rappelle Sarah Sepulchre⁵⁰⁵. A partir de-là, s'intéresser aux publics « réels » de Gabon Télévision nécessite de construire la connaissance de son auditoire « par l'enquête ».

Avant toute analyse approfondie, il est judicieux de ranger les « publics » sous formes de « communauté », le terme étant entendu au sens de « ce qui leur est commun »⁵⁰⁶, afin de pouvoir intégrer la logique d'analyse dans les approches auxquelles se réfèrent désormais les sciences sociales.

Dans la revue *Politiques de communication* parue au printemps 2015, différents auteurs remettent en question l'idée selon laquelle les récepteurs des médias, en l'occurrence de la télévision, seraient une « masse homogène » – posture épistémologique bourdieusienne souvent reprise dans de nombreux travaux sociologiques portant sur les médias. Certains de ces auteurs comme Céline Ségur et David Morley pensent même que les conditions de réceptions elles-mêmes se diversifient selon les contextes.

⁵⁰⁴ Jean-Pierre Esquenazi, *Sociologie des publics*, op. cit., p. 6.

⁵⁰⁵ Sarah Sepulchre, *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, Editions De Boek Université, 2011, p. 158.

⁵⁰⁶ C'est ici que se retrouve l'idée de « famille » suggérée par Luc Ngowet parlant de la structure de base constitutive de la famille élargie en Afrique. En un sens, la notion de famille doit s'entendre au sens le plus large que lui confère l'anthropologie africaine, et dont le symbolisme a été récupéré par les usages politiques de la démocratie gabonaise. La famille africaine, d'abord étendue au clan, puis aux alliés, s'est ouverte à d'autres sous-embranchements, comme par exemple, les associés, les amis, les groupes d'intérêts. D'où cette signature souvent utilisée par les leaders politiques : « On est ensemble », « avançons ensemble », etc. Cette définition de la famille est inclusive. Elle promeut un attachement non plus aux variables de la sociologie (sexe, âge) ou aux attributs claniques (village, ancêtre commun, tribut, lignée, langue, père, mère, etc.), mais à ceux d'une communauté structurée des intérêts partagés ou des caractéristiques sociales communes et intersubjectives à base desquelles se reconstruisent les identités et les solidarités sociales à partir de l'action politique. C'est cette idée d'arrière-plan qui se manifeste ici.

Considérant l'importance qu'ont les études de réception quant à la mise en exergue de la position sociale des individus examinée comme un déterminant des mécanismes de sélection et d'exposition aux informations, Morley affirme que « le vécu ou le sentiment d'un déclassement social peut configurer les logiques de mémorisation et d'interprétation des contenus médiatiques »⁵⁰⁷. Autrement dit, la densité de la perception, la « trajectoire sociale » et le classement (ou encore le déclassement) des enquêtés n'est plus un fait négligeable de la recherche menée sur les « publics », ne serait-ce qu'à cause du fait qu'elle pèse le plus souvent sur l'interprétation que ceux-ci font des programmes télévisuels. Dans cette optique, il serait intéressant de dresser une typologie des publics gabonais enquêtés.

10.2.1. Classement des publics gabonais à partir de l'enquête de terrain

Selon Céline Ségur, le terme « public » tend à définir les contours d'une approche précise, celle qui s'intéresse à des collectifs identifiés, actifs et circonscrits. Dans son ouvrage *Les recherches sur les téléspectateurs, trajectoires académiques*, elle rappelle que « le recours à l'un ou l'autre terme [téléspectateur, public, récepteur, usager] n'a pas de signification particulière : les noms sont employés en tant que synonymes »⁵⁰⁸. De même, elle souligne que « réception » et « public » sont souvent employés en tant que terminologies et non en tant que concepts : l'un est synonyme de l'autre. Sur ce point, elle relativise tout de même son propos : « Toutefois, [...] l'idée de public contient celle d'un sentiment d'appartenance à un collectif, de manifestation de soi [...], tandis que l'étude de la réception se rapporte aux manières dont les individus traitent les informations, en sont influencés, [...] »⁵⁰⁹. Voilà une base conceptuelle sur laquelle se tenir pour penser le public de Gabon Télévision.

Elaborer les traits caractéristiques du téléspectateur modèle gabonais n'est pas une chose évidente au regard d'un manque criant de logistique au niveau national. Nonobstant cet obstacle, la nécessité de connaître avec objectivité ce que pourrait être les « publics » de Gabon Télévision a conduit à une prise de risque exposée dans les chapitres précédents et révélée dans notre cartographie. Dans ceux de cette partie, nous

⁵⁰⁷ Charlotte Dolez, « Le sens de l'actu. Une analyse des interprétations de l'information à partir d'entretiens de couple », in *Politiques de communication*, n° 4, « Les ancrages sociaux de la réception. Entretien avec David Morley », Presses universitaires de Grenoble, 2015, p. 130.

⁵⁰⁸ Céline Ségur, *op. cit.*, p. 25.

⁵⁰⁹ *Ibidem*, p. 121.

en avons configuré les données à partir desquelles on peut maintenant envisager de classer en « communautés » ou en « collectivités » les individus ayant des ressemblances ou des intérêts partagés. En effet, nous envisageons une typologie de différentes personnes interrogées, ressortant par la même occasion des catégories de téléspectateurs susceptibles de dégager des pratiques télévisuelles similaires ou d'avoir une même interprétation des contenus médiatiques culturels. Ainsi, en fonction des variables sociologiques usuelles, hommes, femmes, jeunes et de moins jeunes, statuts professionnels, sexes, il se dégage d'abord le tableau suivant :

Tableau n° 83 : Nomenclature des activités professionnelles des publics⁵¹⁰

	Groupes socioprofessionnels	Catégories socioprofessionnelles
1	Apprenants	Elèves, étudiants
2	Agents du secteur privé	Directeurs, cadres supérieurs Ingénieurs Cadres administratifs Techniciens Agents administratifs Ouvriers très qualifiés Employés de bureau Entrepreneurs Agents commerciaux Artistes Religieux
3	Agents du secteur public	Fonctionnaires Militaires Enseignants Contractuels, personnel permanent de l'Etat Personnel temporaire de l'Etat Agents des collectivités locales
4	Retraités et autres personnes sans activités ou rémunérations	Chômeurs, Commerçants, Manœuvres Gens de maison

⁵¹⁰ Pour mettre en œuvre ce tableau, nous nous sommes d'une part appuyés sur les données (du champ professionnel) de l'enquête de terrain, et d'autre part, sur les études de Claude Bouet, *Problèmes actuels de main-d'œuvre au Gabon. Conditions d'une immigration contrôlée*, in *Cahiers d'Outre-mer*, n° 124 - 31^e année, Octobre-décembre 1978. p. 375-394 ; http://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1978_num_31_124_2878. Consulté le 11 décembre 2017.

		Ouvriers des plantations (agriculteurs, abatteurs d'arbres, etc.)
--	--	---

Ce tableau ne dresse pas une liste exhaustive de la nomenclature socioprofessionnelle gabonaise, mais il en témoigne l'existence. Il servira de socle pour l'analyse des données. Notons que cette démarche prend tout son sens dans le fait qu'elle va laisser apparaître non seulement l'aspect hétéroclite de la nomenclature gabonaise, mais aussi les autres aspects qui lient la représentation statistique du milieu social à deux autres types de représentation que pourraient être la représentation politique par laquelle les groupes professionnels définissent et renforcent leur identité collective pour accroître leur visibilité dans le monde social et la représentation cognitive des catégories impliquées⁵¹¹.

Il est à noter que le classement social des individus ne se limite pas à la seule socio-professionnalisation. Il intègre également leurs différents lieux d'habitation. C'est l'une des raisons pour laquelle cet aspect a été intégré dans le questionnaire. Il s'est agi de comprendre si le milieu dans lequel vit l'enquêté a un impact sur les jugements qu'il porte sur les contenus médiatiques (culturels). Pour le cas précis, nous verrons ce qu'il en est des populations vivant dans les quartiers de la capitale (Libreville), comparativement à celles habitant les provinces.

Au Gabon, l'étude sociologique des publics des médias, en général, et de la télévision en particulier, est quasi-inexistante en dépit des quelques enquêtes sectorielles réalisées aux titres des rédactions de mémoires de Master en SIC⁵¹² et/ou d'articles de publications scientifiques spécialisées⁵¹³. C'est une conséquence, semble-t-il, de la priorité accordée à des secteurs considérés comme plus importants, à l'instar de

⁵¹¹ Alain Desrosières, Laurent Thévenot, *Les catégories socio-professionnelles*, Paris, La Découverte, 2002.

⁵¹² Badinga Mouanda Bignoumba, *La télévision et les jeunes au Gabon*, Mémoire de Master, soutenu au Département des Sciences de l'Information et de la Communication, Libreville, 2014 ; Matsanga, *titre*, *op. cit.*

⁵¹³ Référence est faite à l'ouvrage : *Les enjeux de la communication. NTIC, médias et relations publiques au Gabon*, *op. cit.*, mais aussi à : Thierry Kombila d'Argendieu, *Démocratie, droit de la communication et politiques publiques au Gabon*, *op. cit.*. Plus généralement, il faut dire que l'information bibliographique en matière de recherche en communication sur le Gabon reste dispersée (en France et au Gabon) et mal organisée. Cette réalité tient à une formation universitaire dans le secteur très résiduelle (en plus de cinquante-huit ans d'indépendance, on compterait à peine dix doctorats en SIC pour l'ensemble du pays) et à l'inexistence d'un département des Sciences de l'Information dès la création de l'Université Omar Bongo en 1970 jusqu'à 2010. Encore que le département actuel ne recrute qu'au niveau licence et forme jusqu'en Master 2. N'y sont disponibles que quelques mémoires de Master soutenus à partir de 2013.

l'économie, de la politique, de l'éducation, etc. Les « émissions débats comme « L'arbre à palabres » ne parlent que de politique la plupart du temps. Or, il n'y a pas que la politique pour construire l'identité d'un pays »⁵¹⁴, souligne Marc Ona Essangui à ce sujet. Pour Bruno Bekale, « beaucoup de producteurs veulent s'investir dans les programmes culturels, mais ils sont limités par rapport aux budgets. Parce que l'Etat, le principal pourvoyeur de fonds, s'investit plus dans la politique »⁵¹⁵.

Les pratiques, codes et usages en vigueur dans le champ de l'information et de la communication se dévoilent donc moins préoccupants et par conséquent sont relégués au second plan. De ce fait, analyser les publics de Gabon Télévision consiste en un dépassement des questions constituant un questionnaire, donc de simples statistiques, et ainsi recommande de prendre en compte l'ensemble de ces interrogations dans une logique de processus communicationnel. A partir de cette réorientation, on s'impose par ailleurs de comprendre si les différentes caractéristiques sociales d'un corpus d'enquêtés impactent ou influencent la réception des contenus médiatiques culturels de Gabon Télévision. Si oui, comment s'opèrent ces « influences » ? Serait-ce par les pratiques télévisuelles collectives ou personnelles ? Par le canal des représentations ? Par un principe d'identification au média ou aux constructions cognitives qu'implique, au niveau sociétal, la réception de ses programmes, et finalement donc de sa conception de la production, de la programmation et de la diffusion de l'information culturelle ?

10.2.2. Des publics aux profils divers

La télévision n'est plus le seul fait des couches sociales les plus favorisées ou des seuls citoyens gabonais. C'est désormais un outil communicationnel à la portée de tous, comme pourrait l'être n'importe lequel des meubles d'une maison. L'enquête menée dans le cadre de cette étude a révélé que mêmes les catégories dites populaires aux revenus souvent faibles en possèdent. En effet 454 individus possèdent un poste téléviseur. Soit 90,80% des enquêtés parmi lesquels on retrouve aussi bien les agents des secteurs privé et public que sont des entrepreneurs, des ingénieurs, des médecins, des enseignants, des hauts cadres d'administration, etc. Mais également des personnes issues des classes défavorisées comme des commerçants des marchés, des électriciens,

⁵¹⁴ Cf. Tome II, annexe 14, entretien n° 28, *op.cit.*

⁵¹⁵ Cf. Tome II, annexe 10, entretien n° 7, p. 556-560.

des chauffeurs, des mécaniciens, des techniciennes de surface (dames de ménage dans les administrations ou dans les domiciles de particuliers). Cette diversité des téléspectateurs observée dans la société gabonaise, et principalement dans les quatre provinces du Gabon où s'est déroulée notre enquête est consécutive à la baisse considérable des coûts des postes téléviseurs ainsi que ceux des abonnements aux chaînes satellitaires (Canal + Afrique, Satcon, ou même TNT). Selon le site d'information économique Direct infos : « [...] le nombre d'abonnés à la télévision satellitaire [est passé en 2014] à 7 1514 clients en raison de la baisse des tarifs des kits de connexion »⁵¹⁶. Il va sans dire que la classe sociale n'est plus un obstacle à l'acquisition d'un poste de télévision, encore moins au visionnage de celui-ci.

10.2.3. Des téléspectateurs d'horizons différents : de la diversité des modes d'accès à Gabon Télévision

En ce qui concerne les lieux d'habitation, force est de constater que si tous les individus enquêtés disent posséder des postes téléviseurs, tous n'ont pas accès à la télévision publique nationale de la même façon. En effet, pour les populations de Libreville, l'accès à la télévision est possible non seulement par la voie analogique, donc par ondes hertziennes, mais aussi par satellite. Par contre pour celles résidant en provinces, surtout dans les localités les plus reculées à l'instar des villages de Pagnoundou et de Malunga II, le seul recours pour s'informer *via* Gabon Télévision demeure le satellite. De cette situation découle le fait que ces populations ne regardent pas régulièrement la chaîne. Car n'étant en grande partie que des paysans, leurs revenus tirés de la vente de produits agricoles et de la chasse ne leur permettent pas de s'offrir toutes un abonnement Canal+ tous les mois. Ajouté à cela, le problème d'électrification des villages qui pousse certains à s'acheter des groupes électrogènes pour pouvoir regarder la télévision. Ce qui n'est d'ailleurs pas à la portée de toutes les bourses non plus et demeure un des avantages dû au statut de chefs de villages, de regroupements et autres distingués politiques. Il faut tout de même admettre que contrairement à l'époque où cette technologie est apparue au Gabon, aujourd'hui, les populations ne regardent plus la télévision dans des salles d'écoute. Par exemple, Fidèle Nguembi affirme qu'« En 1963,

⁵¹⁶ Direct infos, « L'actualité économique et financière du Gabon, Le Gabon, 2^e marché africain du groupe Canal+ », <https://direcinfosgabon.com>. Consulté le 22 décembre 2017.

date de la création de la télévision RTG1, nous ici à Mouila, n'avions pas accès à la télévision, [seulement] à la radio. Je vais regarder la RTG₁ autour de 1971 pour la première fois en allant en vacances à Libreville »⁵¹⁷. Ces propos sont confirmés par Tidiane Dioh qui écrit: « Au début et jusqu'en 1964, [...] A Libreville, on dénombre 333 récepteurs, dont 4 installés à la Présidence de la République, 10 dans les établissements d'enseignement secondaire, 20 dans les centres collectifs, notamment dans les commissariats de police »⁵¹⁸.

Quelque soient leurs zones d'habitation, leurs professions et leurs revenus, aujourd'hui les individus peuvent désormais se doter d'un ou plusieurs postes téléviseurs. Cependant, il est à noter qu'un parallélisme peut être établi entre un certain nombre de professions et les lieux d'habitation des individus enquêtés. Autrement dit, il n'est pas rare de trouver des médecins, des professeurs d'université, des ingénieurs et informaticiens à Libreville et dans certains chefs-lieux de province qu'on pourrait classer dans la catégorie de gens ayant une « bonne profession » et à rebours, des chasseurs, des agriculteurs, des abatteurs d'arbres, etc., dans les villes et villages de l'intérieur du pays. Ainsi, pouvons-nous noter que sur 200 personnes enquêtées dans la province de l'Estuaire, 117 peuvent être considérées comme appartenant à une couche de la population assez aisée. Dans la province du Moyen-Ogooué, le pourcentage de cette couche de la population se ramène à 40/100, puis à 44/100 dans celle de la Ngounié et enfin à 49/100 dans celle de la Nyanga. Par conséquent, il serait intéressant de savoir si ces enquêtés aux caractéristiques socialement différenciées ont les mêmes pratiques télévisuelles. Par le biais des questions : « combien de temps consacrez-vous en moyenne à la télévision [par jour] ? » et « Regardez-vous Gabon Télévision, toujours, souvent, parfois, jamais ? », il est possible de le savoir.

A cet effet, pour ce qui est tout d'abord de leur acquisition, les foyers des personnes aisées sont équipés en postes téléviseurs au même titre que ceux des personnes appartenant aux couches sociales les plus défavorables. Il n'est donc pas étonnant de trouver la télévision chez un médecin tout comme au domicile d'un ouvrier ou d'une agricultrice, à Libreville ou dans un village de l'intérieur du pays, hormis dans les villages où l'accès au service public de télévision se fait uniquement par satellite. Encore faut-il ici rappeler que la non-acquisition d'un poste téléviseur ne traduit pas un

⁵¹⁷ Cf. Tome II, annexe 14, entretien n° 24, *op. cit.*

⁵¹⁸ Tidiane Dioh, *op. cit.*, p. 120.

désintérêt vis-à-vis de ce support de télécommunication. Nombre de personnes qui n'en possèdent guère à Libreville comme à l'intérieur du pays suivent constamment les programmes télédiffusés chez ceux qui en possèdent, créant ainsi une ambiance et une atmosphère particulières autour du poste téléviseur comparables à celles des soirées d'autrefois sous le clair de lune lorsque les contes étaient dits.

Les durées d'écoute constituent un bon item d'enquête qui permet en effet de discriminer, sociologiquement parlant, les téléspectateurs de Gabon Télévision, puisqu'elle diffère des catégories socioprofessionnelles à d'autres. De ce que révèle l'enquête, les attitudes vis-à-vis de la télévision sont disparates. C'est-à-dire que les personnes appartenant à une classe sociale élevée ou ayant des postes de responsabilité dans l'administration regardent la télévision pendant moins d'une heure (-1h) par jour, soit 15,60% de la population à l'échelle globale de l'enquête. Dans le questionnaire, cette frange de téléspectateurs correspond à celle qui regarde la télévision « Parfois ». Il s'agit de médecins, d'enseignant(e)s d'université, de magistrats, d'administrateurs, en un mot de l'élite. On les retrouve dans la catégorie des « publics » dits « irréguliers ». Celle-ci représente 39,20% de la population globale de l'enquête. Viennent ensuite les personnes qui regardent la télévision « une à deux heures par jour » (1h-2h). Soit 29,60% par rapport au temps d'écoute. Ce groupe est constitué non seulement de personnes de catégories socioprofessionnelles moyennes et de jeunes scolarisés, mais aussi d'informaticien(ne)s, infirmières, enseignant(e)s de lycées et du cycle primaire, d'entrepreneurs, de religieux, etc. Ce sont ces personnes qui regardent « Souvent » la télévision avec un taux de présence au niveau de la population d'enquêtée s'élevant à 21%. Ces téléspectateurs représentent le « public » le plus fidèle et le plus régulier de Gabon Télévision. Enfin, il y a ceux qui regardent « Toujours » la télévision, entendu pendant « plus de deux heures » par jour. Cette cohorte représente 44,80% des individus enquêtés par rapport au temps d'écoute. Ce sont les « fidèles absolus » du média public gabonais. Ces derniers appartiennent aux catégories des personnes les plus défavorisées de la société. C'est le groupe composé des personnes exerçant les « petits métiers » sans revenus fixes et les chômeurs. On y retrouve essentiellement des commerçant(e)s, des ouvriers, des agriculteurs, des ménagères, des retraités et des jeunes qui ont décroché du système scolaire. Ils représentent 20,80% de la population enquêtée. Ce groupe n'a

donc pour seul outil d'instruction et d'acquisition de connaissances (d'informations) culturelles que les médias, notamment la télévision et ses programmes (culturels).

De cette première segmentation des publics découle l'idée que l'élite qui a des revenus les plus élevés parmi les populations enquêtées multiplie les postes téléviseurs au sein de ses domiciles. Cependant, ses membres regardent la télévision « parfois », d'une part par faute de disponibilité, et d'autre part parce que les contenus des programmes (culturels) ne les satisfont pas. Ceux-ci n'étant pas suffisamment élaborés, elle les trouve donc « ennuyeux ». Ils regardent beaucoup plus le journal télévisé pour s'informer sur les actualités. Cette interprétation est corroborée par le propos de Luc Ngowet qui affirme : « Les médias gabonais nous gavent de contenus indigestes. Pire, la télévision, la radio représentent de véritables instruments de propagande-ouverte ou dissimulée et d'abrutissement. La télévision en premier lieu »⁵¹⁹. Par ailleurs, le temps passé devant la télévision est déterminant au sens où peuvent exister de nombreux écarts entre les différentes catégories d'individus. Notamment, les écarts des revenus financiers qui occasionnent l'achat de deux ou plusieurs postes téléviseurs pour un domicile – un pour les enfants et un autre pour les parents, etc. – Cette pratique augmente l'intérêt de la présence télévisuelle dans lesdites familles ainsi que la consommation familiale des contenus télévisés. Elle reconnaît aussi une diversité au sein desdites familles des attentes, des besoins et des gratifications en matière de programmes. Cette reconnaissance devient ainsi une source de cohésion interne du groupe familial.

Il urge par ailleurs de souligner qu'en dehors de son travail, les catégorie des « publics » ici mises en relief n'ont aucune autre distraction, les médias, la télévision en l'occurrence, devenant leurs seuls moyens d'accès à la culture, au divertissement et à l'instruction, les autres structures de diffusion de connaissances ou d'informations culturelles étant en « lambeaux » : bibliothèques, salles de cinéma, gymnases, etc. Les individus se tournent en l'occurrence vers les chaînes câblées pour avoir accès à des émissions « intéressantes ».

Les personnes dont les familles ont un ou deux postes téléviseurs, et qui regardent « Souvent » Gabon Télévision trouvent aussi ses émissions « Ordinaires ». Ces individus suivent principalement le « Journal télévisé » et d'autres émissions comme

⁵¹⁹ Luc Ngowet, *op. cit.*, p. 58.

les émissions de débats. Ils se réfèrent également aux programmes diffusés sur les chaînes satellitaires. La dernière catégorie des « publics » ici relevée est celle des défavorisés de la société. Ce sont les enquêtés qui possèdent un poste téléviseur pour toute la famille et le regardent en longueur de journée sans interruption. Ces « publics »-là n'ont pas suffisamment de ressources financières pour s'assurer un abonnement constant à Canal + Afrique, Satcon ou TNT. Cette situation explique leur « fidélité absolue » à Gabon Télévision. Ces personnes apprécient « Toujours » les programmes diffusés par la chaîne publique nationale et les trouvent d'ailleurs « Attrayants ». Ils regardent évidemment le « Journal télévisé », mais aussi toutes les autres émissions que le média leur propose.

En dehors de la télévision, ces deux dernières catégories des « publics » s'adonnent aussi bien aux pratiques culturelles ancestrales évoquées en première partie de ce travail qu'à d'autres activités culturelles divertissantes, telles que les jeux de dame et de cartes, les animations qu'offrent Internet et les réseaux sociaux. Ce public a une fréquentation abusive des bars que le sociologue gabonais Etoughé-Efé assimile au « corps de garde » des villages africains en milieu urbain. Il écrit : « Lieu des beuveries, des racontages, des retrouvailles et de la circulation d'informations impossibles à obtenir par les canaux officiels, le bar entretient la rumeur. [...] Cette logique permet d'ouvrir un pan relatif aux débats sur les transferts d'us et coutumes traditionnels dans un espace urbain non maîtrisé par des populations citadinisées »⁵²⁰. Il renchérit : « Le bar reste dans les représentations le « stéréotype » du lieu de rassemblement, des brassages des populations et de classes sociales »⁵²¹.

Le fait marquant est de constater que tous ces téléspectateurs reconstitués en « publics » appartenant à des catégories socioprofessionnelles aussi diverses que différentes et provenant d'endroits totalement distincts, voire opposés (villes, villages) puissent regarder la même chaîne de télévision et être épris des mêmes programmes. Ici, on s'en tient à l'idée que ces publics ont des moments d'intimité communs et d'émotions ou d'un sentiment identitaire national partagées autour des « rendez-vous télévisuels » que sont le « Journal télévisé » et l'émission « Agora », entre autres ; ceux-ci étant considérés par la troisième catégorie des « publics » comme des programmes

⁵²⁰ Jean-Emery Etoughé-Efé, *Les bars populaires de Libreville. Alcools et mutations sociales dans les grandes villes africaines*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 18.

⁵²¹ *Op.cit.*, p. 199.

« culturels » les plus significatifs et les plus représentatifs de Gabon Télévision. Il ne s'agit pas ici de revenir sur ce qui a conduit ces enquêtés à citer ces deux programmes comme étant « culturels », mais plutôt de tenter de comprendre pourquoi la réception de Gabon Télévision engendre un véritable problème d'appropriation de contenus et de définitions de genres télévisuels auprès de ses téléspectateurs. On s'incline alors à croire que cet outil d'information du service public fait face à une problématique de communication demeuré irrésolue.

10.3. « A la recherche » des publics perdus : Gabon Télévision et la « communication préoccupée »

De récentes études sur des questions liées aux publics et à la réception des médias révèlent que la réception « est pour certains une pratique, pour d'autres un usage, ou bien une réponse à un besoin, et pour d'autres encore un résultat, l'aboutissement univoque d'un processus de communication maîtrisé »⁵²². Au regard du dépouillement de notre enquête de terrain, il s'avère que la réception de Gabon Télévision par les publics débouche sur la conclusion d'une communication apparemment « mal maîtrisée ». Pour ce faire, il serait raisonnable de comprendre ce phénomène au prisme non seulement des discours des acteurs de la chaîne sur la culture télévisuelle et sur sa représentation par les publics. Pour cela, on s'appuiera sur les données de notre enquête de terrain.

De toute évidence, les acteurs médiatiques et les personnalités publiques interrogées ont laissé transparaître une idée dépassée, voire même erronée des publics des chaînes de télévision en particulier. En effet, toutes ces personnes en sont restées à une conception des publics induite par les conditions politiques de création de l'ancêtre de Gabon Télévision dans les années 1960. Plus de cinquante ans après, le public est toujours considéré comme étant une masse homogène et informe. Or, de ce qui ressort de l'enquête de terrain, cette conception est totalement remise en cause. En effet les publics gabonais ne s'identifient plus eux-mêmes (et en ce qui concerne les données de notre enquête) par rapport aux variables sociologiques traditionnelles (sexes, âges, professions, lieux d'habitation, etc.), mais en fonction des contraintes socio-

⁵²² Stéphane Olivesi & al, *Politiques de communication*, n° 4, « Les ancrages sociaux de la réception. Entretien avec David Morley », *op. cit.*, p. 7.

professionnelles et des intérêts particuliers et/ou collectifs déterminés par le rapport non seulement de perception à Gabon Télévision, mais aussi par rapport à leurs niveaux d'éducation et de compétence critique. La méconnaissance de cet aspect des choses engendre un manque de ciblage lors de la conception, de la programmation et de la diffusion des contenus culturels télévisuels. Pour les professionnels des médias gabonais, la problématique des téléspectateurs-cibles est reléguée à une simple vue de l'esprit. Il est toujours question de fédérer le grand public par des émissions « fourre-tout ». Ce principe qui commandait autrefois à la conception, production, la réalisation et à la diffusion des programmes est toujours d'actualité dans l'esprit de ceux qui les conçoivent ou élaborent les grilles de programmes. Ces acteurs médiatiques fabriquent ainsi les émissions sur la base de « devinettes professionnelles » ou de « cachecache médiatique ». Ce procédé consiste à produire des contenus à l'aveuglette en espérant que ceux-ci rencontreront un « public », le leur. Cela prouve que la chaîne publique nationale relègue définitivement les préférences des publics au second plan, d'où la forte présence des programmes d'information à dominance politique à l'antenne. Or, il y'a des téléspectateurs qui ne s'y intéressent pas/plus forcément, à l'exemple des femmes commerçante, des jeunes des quartiers défavorisés, voire des enfants, si l'on excepte pour ce qui les concerne les programmes des dessins animés produits en Occident et diffusés en début de soirée en semaine, les samedis et dimanches matins sans contextualisation apparente.

10.3.1. Ce que femme veut, Gabon Télévision le cède-t-il ?

D'un point de vue historique, la télévision gabonaise a d'abord cherché à conquérir l'élite qui était composée en grande partie d'hommes. Elle demeure donc attachée au passé et aux valeurs prônées par la société engendrée du parti unique. Luc Ngowet consigne : « le temps de « La minute du Parti » – one-man-show propagandiste qui durait bien plus d'une demi-heure – étant révolu, les nostalgiques de cette époque ont encore droit à des rediffusions des « groupes d'animation ». Grande époque où des milliers de femmes (et d'hommes) de toutes les provinces se trémoussaient [...] »⁵²³. Gabon Télévision semble ne pas être en mesure de sortir de cette époque, du moins

⁵²³ *Op. cit.*, p. 58.

symboliquement. Lors de son visionnage en streaming, nous avons constaté que les groupes d'animation reconfigurés à « la gloire » du président actuel passaient toujours en boucle. De plus, il y a également une forte diffusion des séries et telenovelas étrangères (en grande partie américaines, brésiliennes, chinoises et indiennes) : « Top Model », « Santa Barbara » dans les années 80, « Dona Beija », « la Tour de Babel », « Rosa Salvaje » dans les années 90, « Marimar », « La belle mère », « Marina », etc., dans les années 2000, etc. De ces diffusions légendaires, de nombreuses femmes sont devenues cinéphiles. Les telenovelas sont même passées pour être chez les femmes ce que le football représenterait pour de nombreux hommes. Plusieurs d'entre elles ont par mégarde brûlé leurs domiciles en oubliant des marmites sur le feu, ayant tous les sens focalisés sur la diffusion de leurs feuilletons préférés. Nombreux sont les enfants nés de ces époques qui portent les noms des héros des « soaps » : Gloria, Chancia, Paula, Paloma, Angelica, Rosa, pour les filles, Paolo, Eduardo, Miguel, Sergio, Ichan, Severino, etc., pour les garçons. De plus, la mesure de leur impact se fait par cette signature devenue un indice de culture locale. Dans la société d'aujourd'hui, les noms d'acteurs des séries phares sont en effet attribués en guise de surnoms à ceux des Gabonais ou à celles des Gabonaises dont les agissements sont identiques à ceux des acteurs. Par exemple sont « Tabacco »⁵²⁴ les hommes qui ont plusieurs partenaires, et Beija⁵²⁵, les femmes à conquêtes amoureuses multiples. En outre, Gabon Télévision a longtemps diffusé des émissions culturelles axées sur l'art culinaire, telle que « Maggi le secret de la bonne cuisine »⁵²⁶. De tels programmes avaient vocation d'apprendre aux femmes à réaliser de nouveaux plats. D'autres comme « Femme et destin », sorte de télé-réalité, mettaient en scène des femmes publiques dans leur rôle d'employées de bureau et de femmes dans les foyers. Si on ne peut établir des corrélats significatifs entre les programmes diffusés à Gabon Télévision et les logiques politiques qui gouvernent l'administration publique de ce média, on peut au moins établir un certain nombre de convergences entre l'ensemble de ces programmes et l'actualité politique nationale. Il se trouve que par sa « vision politique », le chef de l'Etat est devenu un

⁵²⁴ Personnage masculin de la telenovela brésilienne « Cercle de feu » (Roda de Fogo), comprenant 179 épisodes, [http://fr.m.wikipedia.org/wiki/Le_Cercle_de_feu_\(telenovela\)](http://fr.m.wikipedia.org/wiki/Le_Cercle_de_feu_(telenovela)), consulté le 19 janvier 2018.

⁵²⁵ Personnage central féminin de la telenovela brésilienne « Dona Beija », écrite par Wilson Aguiar Filho de 89 épisodes, [https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Dona_Beija_\(série_télévisée\)](https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Dona_Beija_(série_télévisée)), consulté le 20 janvier 2017.

⁵²⁶ Cf. Tome II, annexe 7, tableau n° 14, *op. cit.*, p. 525-527.

ardent défenseur des droits féminins au Gabon. Il a proclamé 2015-2025 « décennie de la femme ».

La proximité entre climat politique et contenus médiatiques (culturels) suffisamment objectivée en ce qui concerne les programmes de débats se prolonge ici sous un couvert bien significatif : le lien entre contenus idéologiques des émissions destinées au public féminin et les discours politiques, la télévision s'adressant d'abord aux gouvernants et à leurs « familles » sociologiques. De toute évidence, les femmes mises en scène dans le média d'Etat ne paraissent pas correspondre au portrait de celles configurées par notre enquête de terrain. Celle-ci dessine plusieurs portraits de femmes gabonaises. Autrement dit, des 184 femmes interrogées, les besoins formulés renvoyaient d'une part à la mise en scène des cultures gabonaises à la télévision publique, et d'autre part on a pu noter chez elles une volonté d'acquérir des savoirs littéraires, bien que l'écoute de la musique ait paru comme une activité assez significative.

Que fait Gabon Télévision de ces besoins diversifiés et de ses identités féminines multiples ? « La décennie de la femme », vulgarisée tel un nouveau slogan dans la chaîne ne concerne nullement la femme gabonaise dont les besoins culturels ont été révélés par le terrain des quatre provinces, notamment les centres urbains et milieux ruraux les plus reculés du pays. Il y a là une véritable incompréhension entre le média public et la sociologie des « publics » au Gabon à travers lequel pointe un défaut de communication, autrement dit une « communication préoccupée » : la femme gabonaise « réelle », celle dont les figures émanent du terrain et celle modelée par les discours médiatiques de Gabon Télévision n'ont rien en commun. Il serait d'ailleurs intéressant de mettre cela en conformité avec les analyses d'Odin de telle sorte que l'on ait la femme F de (T) entendu comme texte de la société réel et la femme F' de (T') réinterprétée par le discours médiatique. De ce fait, l'une est authentique, concrète, humaine, tandis que l'autre paraît être un produit médiatico-politique dont la consubstantialité n'évoque ni ne révèle rien de la première. La seconde offre un moule, un cadre de référence et prête une personnalité et une identité toutes faites à la première. C'est un personnage abstrait « activé par l'œuvre » médiatique (Esquenazi), une structure vide que la femme gabonaise « réelle » est appelée à investir par le biais de contenus de flow et par celui du marché de l'information culturelle promu par les

médias publics nationaux. Il s'agit donc d'une « femme institutionnalisée » dont ceux-ci sont appelés à configurer le visage et l'identité.

La question est maintenant de savoir si cette institution médiatique est dotée de visages multiples. On s'interroge alors si la pratique de façonnage des « publics institutionnels » s'observe ailleurs dans d'autres programmes (culturels) de Gabon Télévision.

10.3.2. Gabon Télévision et les jeunes : un pari presque (?) perdu

Dans une étude sur le rapport des jeunes à la télévision menée au Gabon, notamment sur l'effet qu'ont les médias sur cette tranche de la population, Badinga Bignoumba a examiné comment les jeunes perçoivent et s'approprient l'outil télévisuel en leur soumettant un questionnaire conçu à cette fin. Ainsi, a-t-elle conclu que la télévision influence (positivement et/ou négativement) la jeunesse gabonaise. Badinga Bignoumba souligne : « cette influence est surtout causée par la nature des programmes visualisés et davantage renforcée par le genre de chaîne qui les diffusent »⁵²⁷. L'accent est mis sur les contenus des programmes. Or, comme nous l'avons précisé dans la première partie, en ce qui concerne la programmation, les émissions culturelles consacrées aux jeunes étaient : « Vibe »⁵²⁸ et « Espace Jeunes »⁵²⁹ dont les sujets de prédilection traités sont pour la majorité axés sur le cinéma⁵³⁰, la mode, le sport, et plus généralement, sur les phénomènes de société auxquels font face les jeunes⁵³¹. Tout porte à croire que de telles émissions produisent une culture susceptible d'intéresser une catégorie de jeunes, notamment les élèves et les étudiants. A propos d'un talk-show conçu pour les « publics » jeunes, Prosper Tonda établit le constat suivant : « Par exemple, *Le Grand Mbandja*, c'est de la culture pour les jeunes scolarisés, et les autres qui ne le sont pas, qu'en fait-on ? »⁵³². Pour conforter ces propos, il suffit d'observer la programmation hebdomadaire de la chaîne publique, voire ses grilles de programmation disponibles. En

⁵²⁷ Badinga Mouanda Bignoumba, *La télévision et les jeunes au Gabon*, op. cit., p. 91.

⁵²⁸ Cette émission est consacrée à la musique, et notamment la musique américaine.

⁵²⁹ L'émission « Espace Jeunes » est l'une des plus anciennes de Gabon Télévision. Elle subit parfois des interruptions de diffusion, mais finit toujours par revenir à l'antenne. A ses débuts, cette émission était diffusée les mercredis après-midi, les jeunes scolarisés étant à la maison pendant cette période. Puis, sa diffusion a été reportée aux vendredis. Aujourd'hui, « Espace Jeunes » est diffusée tous les samedis.

⁵³⁰ Cf. Emission du 20 février 2008, avec comme invitée la cinéaste gabonaise Manouchka Kelly Labouba. Visualisable sur <https://youtu.be/RNPjAV3AFH8>. Consulté en 2016.

⁵³¹ Le thème de l'émission du 12 janvier 2018 était : « Les grossesses en milieu scolaire : causes et conséquences ».

⁵³² Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 6, op. cit.

effet, celles-ci ne font apparaître aucune émission culturelle destinée à d'autres catégories de jeunes, notamment ceux qui sont dans la vie active – en tenant compte de la diversité des besoins en contenu –, ou exercent de petits emplois (chargeurs de taxi, brouettiers, cordonniers, etc. Quant au jeune déscolarisé, il est à l'état actuel de la conception des « publics » dans le média de service public gabonais inimaginable qu'un programme lui soit dédié. Et pourtant, Gabon Télévision, quand il s'identifiait sous le nom de RTG₁, accordait de l'importance à la diversité de cette jeunesse bien que les « publics » au sein de cette catégorie de personnes ne fussent pas clairement distingués par le média. Néanmoins, des émissions culturelles comme *Le Carrefour des Arts* dédié à tous les publics jeunes avaient pour objectifs clairement affichés de promouvoir les musiques locales, et principalement, celles inspirées par les traditions ancestrales locales. Ainsi une pépinière d'artistes gabonais qui ont vécu des expériences diverses dans les métiers de la chanson étaient sortis de là avec différentes vocations, nombre d'entre eux étant devenus des vedettes locales, comme c'est le cas avec Julien Nzengue Mouélé, ou internationales, comme c'est le cas avec Annie Flore Batchielily's, Vickos Ekondo et Aziz'Inanga qui ont fait découvrir le patrimoine culturel oral et immatériel du Gabon au reste du monde : France, Japon, Chine, Etats-Unis. Aujourd'hui, Gabon Télévision projette une conception de la « culture » pour les jeunes nationaux très problématique, essentiellement tournée vers le divertissement (frisant parfois même l'acculturation ou la dépravation des mœurs⁵³³) et les informations d'intérêt général ou en rapport avec l'éducation scolaire, ou avec la promotion des concepts culturels étrangers (musique rap américaine, française, etc.). Cette tendance est prépondérante, devant laquelle les cultures locales ne prennent pas une place significative. De ce déséquilibre résulte une exposition médiatique de la jeunesse gabonaise encline à la promotion des modes de vie et des cultures extérieurs (vestimentaires, musicaux, langagiers, capillaires, etc.) en déphasage avec la volonté politique de promouvoir l'enracinement national chez les jeunes. Ici, la jeunesse gabonaise devient aussi un moule idéologique dont Gabon Télévision est le principal concepteur et diffuseur, à

⁵³³ Une émission de télé-réalité imitant celle de la famille Kardashian des Etats-Unis est diffusée à l'antenne sous le nom de *Fantastik life*. Elle met en scène les vies publique et privée de la chanteuse gabonaise Créol Makaya, provoquant la désolation de plusieurs téléspectateurs et internautes. Pour en savoir plus, lire ce que les Gabonais pensent de la télé-réalité de l'artiste Créol sur <http://espritafricain.mondoblog.org/2018/08/06/gabonais-pensent-de-tele-realite-de-lartiste-creol/>.

l'exclusion d'une connaissance objective des besoins médiatiques (culturels) réels de la population jeune du Gabon.

10.3.3. Les personnes âgées « à la recherche » d'une chaîne publique nationale

Au Gabon, la majorité de personnes qui accèdent à la retraite font le choix de s'installer dans leurs villes et villages d'origine, parfois avec toute leur famille. Ce phénomène, ils l'appellent « retour aux sources ». Comme ce nom l'indique, c'est une forme de « repli identitaire » qui permet de renouer avec un mode de vie et des pratiques culturelles ancestrales longtemps délaissées au profit de la modernité qu'offre Libreville ou les autres capitales provinciales. Pour ces personnes, c'est également une façon de réduire considérablement les charges sociales et financières dues à leurs baisses de revenus. A cet effet, certaines d'entre elles décident de ne plus souscrire à un abonnement aux chaînes satellitaires. Elles finissent par se résoudre à ne plus regarder que la chaîne publique nationale. Pour d'autres, ce choix est quasi impossible à réaliser. Deux arguments justifient cette impossibilité : le premier est que la chaîne de télévision publique nationale n'est plus captée analogiquement dans de nombreuses localités à l'intérieur du Gabon. Quand bien même elle le serait par les moyens numériques, la pauvreté de son offre programmatique reste un argument dissuasif : c'est le second argument. En effet, dans toute la programmation de la chaîne, en dehors du journal télévisé et de quelques émissions de débats politiques, aucun programme n'est conçu pour être susceptible d'intéresser culturellement parlant les populations de 60 ans et plus (3,80% de la population enquêtée). De plus, les habitants des zones rurales, qu'ils soient jeunes ou âgés, sont soumis à la même enseigne médiatique. Certes, il n'existe pas au sein des « publics » des communautés d'appartenance fondées sur les identités provinciales. Cependant, des contenus télévisuels (culturels) destinés à ces populations méritent d'être pensés par les acteurs médiatiques publics, de manière à rendre la télévision nationale attractive pour ces téléspectateurs spécifiques. En France, cette problématique a été prise en compte par l'Etat, d'une part, notamment à travers la création d'antennes publiques régionales. Dans cette optique, nous pouvons faire

référence aux travaux de thèse de Benoît Lafon⁵³⁴ sur la télévision régionale française de service public. Il en a fait une socio-histoire mettant l'accent sur la question d'intégration politique nationale en s'appuyant sur les journaux télévisés midi-pyrénéens. L'intérêt de cette recherche pour un travail comme le nôtre consisterait à analyser les contenus d'émissions et même des reportages de journaux télévisés pour étudier la mise en scène des éléments culturels afin de les rendre plus accessibles à tous. Cette médiatisation de la culture nationale ferait de la télévision régionale un dispositif d'intégration culturelle nationale pouvant construire un vivre-ensemble de conception gabonaise. D'autre part, la principale chaîne publique française TF1 réalise des reportages dans les milieux pastoraux, champêtres et/ou bucoliques diffusés à des heures d'écoutes assez significatives, notamment dans et après le journal de la mi-journée. Autrefois, le traitement médiatique de ces espaces étaient pris en compte, notamment, à travers des programmes comme *Gabon une province*, etc. Aujourd'hui, ils ont radicalement disparus du PAG, subordonnant de la sorte les besoins des « publics » de l'arrière-pays à ceux de la capitale. Cette attitude est d'autant plus préoccupante qu'elle est en contradiction avec différents discours émis par les producteurs gabonais. Ces derniers admettent constamment que les provinces, et en particulier les villages, sont les « berceaux » de la culture gabonaise. Parlant de ces professionnels, le journaliste Guy Roger Ogombe observe : « [...] il leur faut se déplacer, aller dans le Gabon profond, [re]chercher ces cultures ancestrales »⁵³⁵. Bruno Bekale - ne dit pas le contraire : « Notre véritable identité culturelle, c'est le village. On ne peut prétendre produire et diffuser des programmes culturels sans aller à la rencontre des populations de nos villages, détentrices de nos racines dans l'arrière-pays, le Gabon profond »⁵³⁶. Les choses sont claires, la télévision ne peut prétendre produire et diffuser la culture gabonaise en niant les aspects territoriaux. L'abandon médiatique des traditions gabonaises a pour conséquence immédiate un culte de la nostalgie chez les populations âgées⁵³⁷, et une accélération du déracinement chez les plus jeunes, celui-ci

⁵³⁴ Benoît Lafon, *La télévision régionale, socio-histoire d'un dispositif d'intégration politique nationale. Le cas des journaux télévisés midi-pyrénéens (1963-2000)*, thèse pour le doctorat de science politique, présentée et soutenue en décembre 2000.

⁵³⁵ Cf. Tome II, annexe 11, entretien n° 2, p. 543-544.

⁵³⁶ Cf. Tome II, annexe 10, entretien n° 7, *op. cit.*

⁵³⁷ Pendant notre enquête de terrain, de nombreux habitants de provinces nous ont confié leurs regrets de ne plus voir certaines émissions culturelles diffusées à l'antenne. Voir le tableau axé sur le souvenir télévisuel des téléspectateurs. Cf. Tome II, annexe 7, tableau n° 14, p. 525-527.

ayant pour résultat une population désenchantée, oscillant entre repli identitaire et désir d'imiter l'Occident sans jamais y parvenir. L'anthropologue gabonais appelle ce des « éblouissements » qui procurent le « sentiment de vivre ailleurs chez soi »⁵³⁸. Cette réalité débouche sur l'émergence de nouveaux comportements et d'une nouvelle anthropologie fondés sur un conflit de génération sous-jacent mais assez ostentatoire dans la ville de Libreville où jeunesse et personnes d'un certain âge développent désormais des relations clivées dans différents espaces de sociabilité : quartiers, administrations, commerces, etc. C'est la problématique du marché des langages en circulation dans la capitale autour des quels on peut reconnaître non plus les rapports intergénérationnelles fondés sur la transmission des cultures autochtones, mais des relations de clientèle ou d'intérêts : « mon grand », « mon bon grand », « ma personne », « mon petit », « mon bon petit », etc. en sont les mots-codes.

⁵³⁸ Joseph Tonda, *L'impérialisme postcolonial. Critique de la société des éblouissements*, Paris, Karthala, 2016.

Conclusion troisième partie

En guise de conclusion à cette troisième partie, nous dirons que s'interroger sur les publics gabonais s'est avéré intéressant au sens où il a fallu l'envisager de deux points de vue. Premièrement, sous l'angle des acteurs médiatiques (et autres personnalités publiques), qui dans une certaine mesure conçoivent les programmes culturels diffusés par Gabon Télévision. Deuxièmement, en tenant compte des résultats du questionnaire administré aux populations.

Il ressort de notre analyse que depuis sa création en 1963, la chaîne gabonaise de service public a eu une perception floue et globalisante de « son » public. De nombreux acteurs médiatiques l'assimilent machinalement à l'ensemble des citoyens gabonais. Nous avons donc eu la curiosité de découvrir qui était réellement ce public « sans visage » ni « organes ». Le manque d'archives sur ce sujet a été révélateur du caractère heuristique de cette réflexion. La question du public n'a jamais été préoccupante pour les autorités gabonaises ni pour les professionnels des médias, encore moins pour les universitaires du pays qui ne s'y intéressent que maintenant. Cet intérêt procède du fait que ladite question n'était pas d'ordre scientifique au départ. En effet, c'était une problématique politique et institutionnelle, au sens où la télévision avait pour mission principale « l'éducation du citoyen gabonais », assertion qu'il faut sans doute interpréter en termes de « plus grand nombre d'entre eux ». De ce projet politique pour la télévision découle une importante offre d'information à caractère politique qui porte à croire qu'elle peut effectivement correspondre à une réelle demande de publics pleinement constitués. Ce qui n'est pas conforme à la réalité. Le positionnement éditorial de différentes chaînes constitutives aujourd'hui de Gabon Télévision incline à penser que :

- *primo*, Gabon Télévision diffuse des informations dites institutionnelles et en rapport avec les actions politiques du chef de l'exécutif et de son

gouvernement, tous membre du parti politique PDG ou de ses partis alliés. En périodes d'élections politiques, le média est constitutionnellement conduit à s'ouvrir aux forces de l'opposition. Les chaînes de télévision privées à l'instar de TV+ et Radio Télévision Nazareth (RTN) diffusent quant à elles toutes les activités des partis politiques opposés au pouvoir et à ses partis satellites. De ce fait, chacun des médias peut se revendiquer « des » publics structurés à partir des clivages politiques souvent tendus.

- *Secundo*, la problématique des « publics » semble ne plus répondre à la pertinence classique de l'offre médiatique au Gabon, en raison notamment de la défiance des Gabonais vis-à-vis des médias d'Etat. Par conséquent, le rayonnement du média audiovisuel public gabonais et sa vitalité dépendent désormais non plus de la seule programmation de contenus, mais plutôt des rapports de proximité qui le lie au politique. En effet, la majorité des programmes ont désormais pour cible principale les Hommes politiques et leurs cibles supposées formées essentiellement de personnes clientèles, et dans une mesure certaine, l'élite gabonaise – au sens de Luc Ngowet. Dans ce sens, le « fond de roulement » de ce média serait « son » public institutionnel, celui engendré et façonné par ses discours télévisuels.

De plus, avec la multiplicité des postes téléviseurs dans les différents lieux de résidence et même de travail, la conception et la diversité des publics s'est complexifiée et accrue. Malheureusement n'existe aucun instrument susceptible de les déchiffrer ou d'analyser la consommation médiatique nationale. Néanmoins peut dire aujourd'hui avec certitude que le « grand public » sur lequel dissertent « l'élite » gabonaise et les professionnels des médias demeure un paradigme usé, vieux et en décalage avec la réalité socio-anthropologique gabonaise. Il est désormais à ranger dans le placard de l'histoire politique nationale ainsi que dans celui des idées fonctionnalistes développées au début du siècle dernier. Sa connaissance objective reste un véritable défi à relever dont nous avons cependant jeté les bases. Gabon Télévision doit peut-être recourir aux statistiques

afin d'identifier les goûts et pratiques télévisuelles de ses téléspectateurs, cherchant ainsi à cibler leurs usages médiatiques. Pour cela, la chaîne publique peut s'en tenir à son expérience capitalisée dans le traitement de ses publics féminins et de jeunes afin de diversifier ses contenus, non plus en fonction des catégories sociales, mais de la réalité des besoins en culture et en information.

Nombre d'enquêtes de terrain menées ces dernières années à Libreville ont montré une incompetence des publics jeunes et adultes à comprendre, à interpréter les médias et à analyser leurs contenus. Deux études portaient sur la démocratie et sa représentation par les médias⁵³⁹ puis sur l'appréhension des émissions télévisées⁵⁴⁰. Si ces études révélaient l'inculture médiatique des populations enquêtées, il n'en demeure pas moins qu'elles mettaient en relief le manque de professionnalisme des médias écrits et des médias radiophoniques et télévisés. Ici s'est constitué le rapport d'auto-exclusion des médias gabonais en général, et de Gabon Télévision en particulier avec leurs publics. C'est la seule interprétation plausible qui puisse être établie à l'heure actuelle, du moins si on doit mettre en avant la dernière enquête de terrain récemment menée au Gabon. Cette dernière atteste que France 24 et RFI sont les médias les plus regardés et écoutés par les jeunes et les cadres.

Ces informations expriment deux choses. Si la sensibilisation aux médias des publics gabonais s'avère négative en raison d'un manque d'éducation en la matière, il n'en demeure pas moins que ceux-ci sont capables d'identifier un média qui tienne compte de leurs attentes en matière d'information, de démocratie et de transparence dans le traitement des données informatives, de liberté d'expression et d'égalité de droit à la parole dans l'espace public, etc. Ainsi reprochent-ils une absence de professionnalisme aux médias locaux dont la confusion entre amateurisme journalistique et professionnalisme a pour conséquence logique le brouillage de l'identité de la corporation et sa récusation.

Somme toute, toutes ces considérations inclinent à penser que la télévision publique gabonaise, en ce qu'elle est parfois mimétique et donc reproductrice, reste fondamentalement élitiste. Elle destine ses contenus aux couches sociales les plus instruites sur la base d'un tri politiquement sélectif de ses téléspectateurs, le reste du « grand public » se trouvant de plus en plus en inadéquation avec sa télévision. Deux

⁵³⁹ Cf. Emmanuel Thierry Koumba, *op. cit.*

⁵⁴⁰ Cf. Bignoumba Badinga, *op. cit.*

raisons semblent expliquer ce retournement de situation. Soit que les besoins informationnels propres à ce « grand public » ont évolué. Cela veut aussi dire que les pratiques journalistiques locales se sont figées dans le temps et l'espace. Soit la pression médiatique extérieure a apporté aux Gabonais d'autres valeurs, aussi bien en termes de professionnalisme qu'en termes de contenu informationnel ou de grilles de programmation. Il est donc fondamental d'affirmer que les performances actuelles de Gabon Télévision et les jugements négatifs qui leur sont affectés découlent de la mondialisation des « publics » gabonais à cette heure-ci où , d'une part, a « explosé » « la communication », et d'autre part, se redéfinissent les identités collectives sous « l'influence » de grands groupes de communication ayant pris le développement et l'expansion des Technologies de l'Information et de la communication à leur compte.

CONCLUSION GENERALE

« J'ai retrouvé mon village, les cloches n'y sonnent plus, les habitants font retraite dans leur maison, le nouvel appel à la prière est donné par toutes ces paraboles qui enlaidissent le paysage. Désormais c'est le 20 heures qui marque l'office et le divertissement d'après qui organise la veillée. Nous sommes des carillonneurs mais notre rôle n'est pas de dire ce qu'il convient de faire. Nous devons à ce poste, conter, observer, montrer, découvrir et, paradoxalement, dans ce cercle de lumières, rester dans l'ombre ».

Jacques Chancel, *Petit dictionnaire amoureux de la télévision*, *op. cit.*, p. 12.

Théorisation de l'objet : une culture télévisuelle étatique

« Quelle culture pour la télévision ? » Répondre à cette question de François Jost⁵⁴¹ est aussi complexe que l'interrogation paraît simple. Télévision et culture, deux notions si souvent facilement conciliées, suscitent pourtant rarement des points de vue univoques. La télévision a beaucoup œuvré pour la culture ou pour les cultures, tantôt en créant des contenus culturels tantôt en se constituant simplement en vecteur des cultures.

La culture est toujours évoquée à la télévision, mais beaucoup plus en termes de culture générale des acteurs, des contenus médiatiques, etc. La culture télévisuelle, l'identité culturelle des chaînes de télévision vue sous un angle conceptuel et consensuel est une véritable énigme à résoudre au regard des nombreux débats qu'elle suscite en SIC.

Diffuser la « culture » à télévision publique gabonaise relève d'une pluralité de logiques aussi complexes les unes que les autres : approches définitionnelles hétérogènes de la notion même de culture, élaborations des grilles de programmes, connaissance minimale des stratégies de programmation en fonction de la disponibilité des publics

⁵⁴¹ François Jost (dir.), *op. cit.*

ciblés, diversité des contenus culturels des émissions et de leurs origines (nationale et internationale), en fonction des époques de production, panachage d'acteurs médiatiques qui conjuguent à la fabrication de ces programmes. Cette démarche fonde tout de même l'hypothèse que *l'offre culturelle télévisuelle de Gabon Télévision ne satisfait ni l'Etat (dont les missions du cahier de charges ne sont pas respectées, elles-mêmes étant imprécises pour les journalistes et experts en communication), ni les téléspectateurs (dont les besoins en matière de culture télévisuelle ne sont pas comblés), bien que la culture en général, et la culture gabonaise en particulier, soient diffusées à l'antenne*, considérant que dans une certaine mesure, la télévision devrait refléter « la réalité sociologique du monde social » gabonais.

Nous nous sommes d'abord interrogée sur les différentes acceptions de la notion de *culture*, en partant de sa définition philosophique et anthropologique pour atteindre sa compréhension du point de vue des sciences de l'information et de la communication. Sur cette base, elle nous est apparue quelque peu paradoxale et même ambiguë, au regard de sa polysémie, surtout lorsqu'il s'est agi de l'appréhender à l'aune de l'outil télévisuel. Par ailleurs, cette recherche a ambitionné de réfléchir à une définition standard de la culture à laquelle pourrait se référer Gabon Télévision dans sa conception des contenus médiatiques culturels inspirés des cultures nationales gabonaises.

Dans cette perspective, nous avons opté pour une démarche qui a consisté à saisir les différents paradigmes autour de la notion de culture au Gabon, en questionnant les professionnels de Gabon Télévision et les personnalités politiques et publiques qui font figure de l'Etat. Cette attitude visait à confronter leurs différents discours à la programmation de Gabon Télévision, aux fins de mieux comprendre le positionnement des téléspectateurs face à ce média public national, eu égard à leurs préférences supposées pour les médias internationaux.

Considérant *a priori* la télévision comme vecteur de culture, nous avons théorisé et essayé de déconstruire cette notion pour savoir dans quel cadre Gabon Télévision la conceptualise et si son intelligence de la diffusion culturelle correspond aux besoins culturels des populations. A cet effet, un corpus constitué de grilles de programmes a été analysé sans que soit écarté le moindre type de programme. Nous avons également visualisé la chaîne en direct sur une période donnée pour vérifier l'adéquation ou non entre les programmes annoncés et ceux réellement diffusés à l'antenne. Ainsi, il a été

possible de confronter les discours des acteurs médiatiques interrogés à la programmation de la chaîne. De plus, nous avons pu déceler des failles dans l'exercice de programmation qui se sont avérées être en partie la cause du « malaise » télévisuel gabonais durement vécu par les téléspectateurs.

L'intérêt porté pour la connexité télévision/culture, vise au moins deux choses précises : avoir une approche des pratiques professionnelles des acteurs médiatiques et étudier tout ce qui pourrait se rapporter à la fidélisation des publics à Gabon Télévision *via* ses contenus (culturels). Cette fidélisation au média audiovisuel de service public national pourrait être perçue comme « un gage de nationalisme ». A leur création, les chaînes de télévision publiques n'émettaient pas en dehors des frontières nationales, comme c'est le cas avec la télévision satellitaire et/ou numérique aujourd'hui qui s'ouvre sur l'« explosion mondiale » d'offres de contenus. De ce fait, penser leur inclination culturelle pallie une forme de redondance. Néanmoins, les thèses défendues par les fondateurs de l'école de Francfort par exemple semblent s'y opposer. C'est le cas d'évoquer Adorno dont on peut souligner l'insurrection contre l'industrialisation culturelle. Ainsi, Eric Maigret affirme à ce sujet : « La culture de masse, rebaptisée « industrie culturelle pour en souligner l'aspect mécanique, automatisé, ne se réduit cependant pas à son usage par le dictateur, elle est un bombardement permanent de loisirs qui affectent le jugement et endorment la raison »⁵⁴². Cependant, les médias de masse africains se définissent (pour l'instant) autrement que comme des « industries », malgré leur forte inclination à la propagande et à la diffusion des idéologies politiques. De toute évidence, c'est ce que semble indiquer Miège lorsqu'il affirme que : « les industries de la culture et de l'information se sont progressivement insérées dans notre univers quotidien, sans que ce processus ait été, sinon perçu, du moins analysé comme tel »⁵⁴³. En d'autres termes, si ailleurs, notamment en Europe, les pays fondent désormais le développement de leurs modèles économiques en intégrant les industries culturelles aux économies nationales, pour le Gabon, ce n'est pas encore le cas. Sur un autre plan, l'arrivée des chaînes câblées a segmenté la réception des chaînes publiques (et même privées) nationales, complexifiant la fidélisation des publics. Les technologies de diffusion de la télévision satellitaire et/ou numérique ont permis la multiplication des

⁵⁴² Eric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, op. cit., p. 61.

⁵⁴³ Bernard Miège, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, PUG, 2017, p. 14.

canaux d'émission et surtout un large choix dans la sélection des programmes qu'offre la spécialisation/thématisation des chaînes. La concurrence ainsi engendrée nécessitait un arrimage de la part des télévisions dites traditionnelles. Notre étude qui porte précisément sur « la production et la diffusion de la culture à Gabon Télévision » a permis de mettre en lumière les comportements ou les jugements des populations gabonaises à l'endroit de cette chaîne de télévision publique.

Si l'objectif a été de cerner le système télévisuel gabonais par le biais de la chaîne publique nationale afin d'évaluer le rapport qu'il entretient avec ses téléspectateurs au prisme de la diffusion des contenus médiatiques culturels, l'intérêt porté pour ce thème, notamment pour la culture, est allé au-delà de sa médiatisation. Il s'est également développé autour de la construction de l'identité nationale. Cette notion a donc été mobilisée dans son acception globale. En outre, la télévision de service public a au même titre su retenir notre attention, car comme le signale Jean-Noël Jeanneney dans la préface à *Histoire de la télévision française* : « chacun sera curieux de chercher ici, en profondeur, bien des observations sur les relations de la télévision avec la littérature, [...] et aussi avec les autres supports de l'information et de la culture diffusées [...] »⁵⁴⁴. Dès lors, travailler sur la culture à la télévision publique gabonaise a exigé un dépassement du cadre théorique que nous impose diverses disciplines des SIC pour embrasser l'interdisciplinarité, notamment avec la sociologie de la communication et des médias. En nous inspirant de la sociologie des médias, nous avons pu problématiser l'existence d'un certain nombre d'interactions entre hommes politiques, administratifs, producteurs, journalistes et populations autour des programmes télévisés. Cette discipline scientifique pour Rémy Rieffel ne participe pas seulement à la description des mutations technologiques, des effets des médias audiovisuels sur le travail et les loisirs, les variations du comportement de l'audience et des publics, mais aussi à « exercer son esprit critique en reliant constamment ces phénomènes à leur signification sociale, en intégrant systématiquement l'individuel dans le collectif »⁵⁴⁵. Rémy Rieffel ajoute que « la sociologie des médias ne saurait donc être indépendante d'une représentation de la société : elle ambitionne d'offrir quelques outils pour saisir le rôle joué aujourd'hui par

⁵⁴⁴ Jean-Noël Jeanneney, préface à *Histoire de la télévision française* de Monique Sauvage, Isabelle Veyrat-Masson, *Histoire de la télévision française*, Paris, Nouveau Monde, 2012, p. 6.

⁵⁴⁵ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, *op. cit.*, p. 4.

les médias dans notre vie quotidienne »⁵⁴⁶. D'autres auteurs comme Eric Maigret ont aussi orienté théoriquement notre étude. Pour cet auteur : « la communication est vue comme une activité normative, éthique et politique, comme une relation dynamique entre pouvoir, culture et choix démocratique »⁵⁴⁷. En effet, négliger ces trois dimensions de la communication serait s'exposer à en défendre des postulats tacites.

Notre travail s'est structuré autour de trois parties. Dans la première partie, nous avons établi le rapport pouvant exister entre *culture et télévision*. Il s'est agi *primo* : de réfuter la thèse prônée par certains penseurs selon laquelle la télévision ne serait pas un canal susceptible de produire et diffuser la culture. D'une part, à travers la création de la chaîne de télévision exclusivement culturelle, *Arte*, dénoncée par Dominique Wolton, nous avons clairement signifié, qu'il ne s'agissait pas, dans cette thèse de défendre un « ghetto culturel »⁵⁴⁸ au sein de Gabon Télévision. D'autre part, Camille Brachet, dans son livre *Peut-on penser à la télévision ?*⁵⁴⁹, estime que la télévision n'est non pas vectrice de culture, mais plutôt de promotion culturelle. Cet auteur fait partie de ceux qui pensent que la culture à la télévision est conformiste et standardisée. Ainsi écrit-il : « le qualificatif « culturel » sème indéniablement une confusion et la légitimation induite par l'emploi de ce terme qualifiant ouvre donc de nombreux débats »⁵⁵⁰. Cette vision du rapport culture-télévision sous la forme d'une antithèse nous est apparue incongrue.

Cependant, nous avons partagé l'idée qui consisterait à problématiser un lien quasi indéfectible entre culture et télévision. Les thèses portées par Jost et l'équipe de chercheurs qui ont publié dans la revue *Télévision* ont conforté notre choix. Jost, en introduisant son propos pose une question incontournable : « peut-on parler de télévision culturelle ? » En laissant le soin aux autres chercheurs (et professionnels de la télévision) d'y répondre, il offre, d'entrée de jeu, à Giles Delavaud l'opportunité de lui faire écho. Ce dernier lui répond en se référant à Jean d'Arcy : « la télévision est d'abord un moyen d'expression et de création ». En effet, dès qu'elle intègre l'univers télévisuel, la culture renvoie à l'acte de créer, de faire vivre des imaginaires, etc. De même, en évoquant les origines de la chaîne culturelle *Arte*, Jean-Michel Meurice

⁵⁴⁶ *Ibidem*.

⁵⁴⁷ Eric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, *op. cit.*, p. 6.

⁵⁴⁸ Dominique Wolton, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, *op. cit.*, p. 167.

⁵⁴⁹ Camille Brachet, *Peut-on penser à la télévision ?*, Paris, Le Bord de l'eau Editions INA, 2010.

⁵⁵⁰ *Op. cit.*, p. 14.

raconte combien un projet à l'allure utopique finit par devenir une réalité, celle de tenter d'« éduquer un large public à l'art de penser », en préservant l'essentiel du service public. Nous nous sommes davantage appuyée sur l'article de Laurent Fonnet qui dressait un bilan des programmes considérés comme étant culturels et avait la particularité de mettre en exergue quatre modèles de programmation des contenus médiatiques et proposait, dans la même lancée, diverses définitions du terme « culturel » pour chacune des chaînes de la TNT. Cet ensemble d'articles nous a permis non seulement de penser le rapport de la culture à la télévision dans une perspective d'unification et/ou de mise en relation, mais également de poser les jalons d'une définition de l'émission culturelle en versions gabonaises. Dans cette optique, nous avons interrogé les professionnels de Gabon Télévision à propos de ce qu'ils entendent par « culture télévisuelle ». Leurs réponses se résumaient à deux acceptions. L'une d'ordre technique ou technologique et l'autre renvoyait au contenu culturel des programmes médiatiques. Ainsi, il en est ressorti qu'une émission culturelle à Gabon Télévision était un programme dans lequel, il est possible, d'une part, de retrouver des marqueurs traditionnels gabonais, et d'autre part, l'art (littérature, cinéma, etc.) du Gabon et d'ailleurs.

Deuxio : travailler sur le service public culturel de la télévision ne s'est pas révélé plus précis qu'évoquer le rôle de l'Etat, principal garant des lois et inspirateur des différentes missions assignées à la télévision gabonaise. Des missions les plus importantes, on peut citer la création du lien social entre les populations, mais aussi le projet d'éducation populaire par les médias publics. A cet effet, nous avons sollicité Dominique Wolton, dont les écrits ont largement plaidé en faveur du rôle de la télévision dans le renforcement du lien social. Les auteurs africains également ne s'en soustraient pas. En effet, Tidiane Diop, tout en racontant comment la télévision en tant que technique et média de masse naît dans le continent, démontre par une recension de chiffres et de faits la voie/voix par laquelle « la lucarne magique fédère le grand public, crée du lien social [...] »⁵⁵¹. Dans la préface de cet ouvrage, Hervé Bourges⁵⁵² affirme alors que « la télévision est une machine à produire du consensus. Elle imprime des opinions fortes

⁵⁵¹ Tidiane Diop, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, op. cit., p. 23.

⁵⁵² Hervé Bourges est journaliste, il a été dirigeant de station de radio et de chaîne de télévision et du CSA en France.

sur le tissu social »⁵⁵³. En plus de ce rôle de socialisation et de sociabilisation affecté à la télévision, au Gabon précisément, elle participait également de l'éducation des masses à ses débuts. Encore fallait-il que les programmes télévisuels culturels conjuguent avec ce souci de construction du citoyen gabonais par la télévision publique tel que conçu par l'Etat et le premier président de la République gabonaise Léon Mba Minko.

L'utopie d'une régulation

Au sortir de la conférence nationale en 1990, un organe de régulation fut mis en place pour s'assurer du bon fonctionnement des médias en général, et surtout de l'application des missions qui avaient été attribuées aux médias relevant du service public, en particulier. A ce titre, l'organe de régulation qu'est le CNC avait été créé. Sa mission était claire : il lui fallait promouvoir en toute indépendance le pluralisme politique et la liberté d'expression nécessaire à la démocratie et la démocratie médiatique. Malheureusement, cet organe s'est vu déceler de nombreuses limites. Gilles Térance Nzoghe l'exprime en ces termes : « Ne nous leurrions pas, le CNC ne sera pas la panacée »⁵⁵⁴. De toute évidence, pour ce conseiller membre du CNC, cette institution, malgré sa bonne volonté créatrice, brille par une inefficacité devenue chronique. Ainsi « par exemple, de 1998 à 2016, le CNC [ne jouant qu'un rôle de gendarme] a émis, à l'encontre des médias gabonais, plus de 110 décisions portant sur des mises en demeure ou suspensions temporaires »⁵⁵⁵. Cet outil de régulation de la communication, « gendarme des médias » et protecteur des institutions politiques devenu, gagnerait donc à s'affirmer autrement que par la censure brandie incessamment à l'endroit des organes médiatiques privés, plus particulièrement. Le CNC devrait s'inspirer du mode de fonctionnement d'autres institutions de même envergure dans les pays plus expérimentés. Tout compte fait, la télévision gabonaise, tout comme le CNC, ont intérêt à abandonner leurs vieux démons pour renaître de leurs cendres en apportant par exemple plus de précisions aux termes encore génériques qui fondent le service public national autour de la culture. Peut-être serait-il judicieux pour le ministère qui émet le

⁵⁵³ *Ibidem*, p. 11.

⁵⁵⁴ Gilles Térance Nzoghe, *op. cit.*

⁵⁵⁵ Arthur Sabi Djaboudi, *Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutation, op. cit.*, p. 139.

cahier de charges, et de façon plus affirmée l'Etat lui-même, de spécifier ce que devrait être la culture diffusée à la télévision publique nationale, etc.

Tercio : il a fallu mettre en lumière la place que Gabon Télévision accorde à la culture dans sa programmation. De ce fait, nous nous sommes penchée sur ce qu'est la programmation d'une chaîne de télévision, en général, telle que théorisée par Bernard Miège (et Laurent Fonnet). En outre, nous avons essayé de comprendre sa matérialité et sa matérialisation au sein du média public gabonais. Ainsi, avons-nous effectué une analyse des grilles de programmes des années retenues sur des bases qui se sont voulues objectives ou du moins significatives selon les principes de l'analyse de contenu inspirée par Laurence Bardin. Cette méthode a non seulement permis d'avoir une idée globale des programmes proposés par Gabon Télévision, mais aussi de vérifier leur diffusion à l'antenne par une visualisation de la chaîne en streaming, et surtout, de confronter les résultats obtenus aux discours mitigés voire ambigus des professionnels dudit média eu égard à la question de la production et de la diffusion de la culture à l'antenne. Cette approche s'est soldée par la conclusion selon laquelle Gabon Télévision ne diffuse que très peu d'émissions culturelles, qui seraient en plus, mal élaborées non seulement en termes d'organisation de sa production, mais aussi en termes des contenus et de ciblage.

La première partie de notre thèse, au risque de demeurer exclusivement théorique, portait les germes de nombreux questionnements que seul l'affrontement risqué d'une réalité de terrain pouvait élucider. Pour ce faire, la seconde partie a été consacrée à la présentation d'une enquête sociale qui a servi de lieu de recueil des données susceptibles de confronter nos hypothèses avec les thèses de différentes personnes enquêtées.

L'objet en pratique

La seconde partie a donc porté premièrement sur l'explication des différentes séquences du questionnaire regroupé autour des quatre thèmes que sont *l'identité, les programmes culturels, les présentateurs et l'évolution de la chaîne*, et sur la présentation des zones de déroulement de l'enquête en terme d'espace, de démographie, de climat, d'économie, etc.

Deuxièmement, il a fallu se concentrer sur le dépouillement des données chiffrées. Cet exercice s'est fait à l'aide du logiciel *LimeSurvey* et a mobilisé deux étapes. La première concernait les fiches complètement remplies par les enquêtés (356) et la seconde, qui a nécessité un réaménagement d'ordre « manuel » était axée sur le regroupement de l'ensemble des fiches y compris celles partiellement renseignées par les enquêtés (144). Cet assemblage a permis d'avoir des statistiques générales et surtout de conserver non seulement la pertinence et la cohérence de l'enquête qui a été menée, mais aussi son ressenti en tant qu'exercice pratique à la fois empirique et concrète de recherche.

Par conséquent, ces chiffres qui au départ semblaient surréalistes (par le fait d'avoir été commandé par le logiciel utilisé) se sont avérés par la suite être plus raisonnables pour permettre une analyse plus pertinente des publics. A cet effet, une analyse qualitative des données de terrain s'est presque naturellement imposée. La troisième partie a de ce fait répondu à cette sollicitation en montrant de façon adéquate et méthodique le désintérêt (et surtout ce qui en est à l'origine) que les populations (enquêtées) vouent à leur télévision publique nationale. C'est pourquoi, elle a d'abord levé un certain nombre d'équivoques qui ont prévalu à l'exemple de la discordance entre les discours des différents acteurs médiatiques et la diffusion des programmes culturels, eu égard aux définitions de la notion de culture apportées en première partie. Mais aussi à l'égard des multiples contradictions dont ont fait preuve les enquêtés.

Ensuite, nous avons basé notre réflexion sur des ouvrages consacrés exclusivement aux téléspectateurs des médias. Autrement dit, nous avons sélectionné les publications de Serge Proulx, Michel Souchon et Jean-Pierre Esquenazi pour comprendre les différentes théorisations des publics de la télévision afin d'envisager comment analyser les publics gabonais.

Enfin, nous avons déduit que problématiser l'existence des publics de Gabon Télévision implique une double considération. En d'autres termes, il a fallu envisager le faire sous deux angles : celui de l'idée que se font les personnalités publiques interrogées « des personnes qui regardent Gabon Télévision » et du point de vue des statistiques révélées par le questionnaire administré aux populations. Cette approche a démontré que les premiers cités ont une vision générique de la notion de public qu'ils assimilent à l'ensemble des citoyens gabonais sans distinction aucune, contrairement aux seconds. Or, de profondes disparités d'ordre sociologiques et anthropologiques ont bien été

observées au sein de ce corps anorganique (les publics). De plus, il a été possible de démontrer que Gabon Télévision, au-delà des changements d'identité et responsables administratifs qui y sont intervenus ces dernières années est restée dans une logique de « repli médiacentrique »⁵⁵⁶ pour emprunter l'expression d'Eric Maigret, parce que se représentant toujours le public comme étant une masse homogène. Or, cette représentation que la chaîne nationale gabonaise se fait du public s'avère erronée. L'imaginaire professionnel de Gabon Télévision relatif à la conception de la notion de public est ainsi resté immuable, voire inamovible. Il en est précisément resté au projet politique initial lié à la construction d'une nation gabonaise « indivisible ». En effet, l'enquête de terrain menée dans plusieurs provinces du Gabon a laissé apparaître plusieurs catégories de téléspectateurs, donc non plus un grand public, mais « des publics ». En s'alignant dans la perspective des chercheurs des « cultural studies », nous avons ainsi démontré que ces individus aux profils divers n'ont aucunement les mêmes besoins en matière de culture télévisuelle. Ceci conduit à dire ce qui aurait *in fine* le mérite de se muer en lapalissade éducative pour les producteurs de contenus : la télévision n'est plus le seul apanage des spécialistes des médias et de la communication. Elle implique des connaissances sur la société et les médiations qu'elle engendre (nation, famille, etc.). A ce titre, la logique des producteurs de contenus et des programmeurs exerçant à/pour la télévision publique nationale gabonaise doit profondément varier de philosophie. « L'ensemble de la programmation, écrit Marie-France Chambat-Houillon, doit être teinté de ces valeurs : il s'agit de tenir compte de la « variété des émissions », qui doit être entendue aussi bien formellement que génériquement afin de toucher toutes les composantes du public ; le service public ne doit laisser de côté aucune préférence des téléspectateurs en investissant aussi bien l'information, le divertissement que la culture »⁵⁵⁷.

Somme toute, notre travail sur les publics gabonais a consisté à comprendre le sens auquel renvoyaient les conflictualités devenues permanentes entre Gabon Télévision et ses publics. La recherche a révélé une réalité jusque-là imperceptible dans la « sociologie » des comportements des publics vis-à-vis de Gabon Télévision, et inversement, de Gabon Télévision vis-à-vis des publics. La réception nationale de ce

⁵⁵⁶ Eric Maigret, *op. cit.*, p. 14.

⁵⁵⁷ Marie-France Chambat-Houillon, « Service public et qualité : l'exemple de la télévision française des années 1970 », in François Jost (dir.), *Pour une télévision de qualité, op. cit.*, p. 102.

média et la structure de sa nature sont le fruit d'un modèle communicationnel : « la communication préoccupée ». Autrement dit, nous assistons à une communication où les acteurs se « parlent » simplement. Gabon Télévision ne parle pas aux populations puisque son public (du moins tel qu'elle se l'imagine) est institutionnel ou politique. Les publics réels (les populations enquêtées) n'écoutent plus ce média parce que ce qu'ils attendent de lui en termes de besoins culturels médiatiques n'est pas pris en compte. En conséquence, ils écoutent d'autres médias comme ceux que leur apportent Canal + Afrique et comme RFI dont ils espèrent obtenir satisfaction en matière de contenus médiatiques culturels. En effet, la chaîne produit des contenus médiatiques culturels, destinés à un public imaginaire, le public institutionnel, laissant pour compte les publics réels, dont les besoins culturels sont manifestes, mais méconnus. Ces programmes télévisuels se veulent fédérateurs à l'instar du « journal télévisé » et de l'émission « Agora ». C'est l'approche sémio-pragmatique de Roger Odin qui va nous permettre de comprendre le processus communicationnel que le média d'Etat établit avec son public. Notamment par l'assimilation de la non-communication à l'image préoccupée qu'expose Anne Bayart Geslin. Il y a donc deux discours médiatiques : celui tenu par les médias adressé aux publics institutionnels et celui produit en retour par les publics-citoyens plus nombreux et plus critiques qui vont ailleurs parce que non « pragmatiquement » satisfaits du traitement des informations culturelles diffusées. La chaîne de télévision nationale de service public crée des contenus culturels institutionnels sans tenir compte de la culture « intellectuelle » et/ou « cultivée » et de la culture « anthropologique » attendues. C'est cette coupure ou manque de communication entre émetteurs et récepteurs de programmes culturels qui a été désignée communication préoccupée ; c'est-à-dire faite du point de vue respectif de l'émetteur et des récepteurs dénué d'intercompréhension et donc uniquement doté de ce qui est personnel/individuel et privé de ce qui est commun. Or la *culture* ou les programmes culturels télévisuels comme nous l'avons spécifié devraient se constituer en tradition partagée qui produirait un « vivre-ensemble » gabonais.

In fine, les paradoxes rencontrés au début de cette recherche ont ainsi été élucidés. Ils étaient de l'initiative du terrain, car nous les avons décrits en fonction des données, la science n'ayant pas vocation à falsifier les données mais plutôt à les interpréter. Et les données antérieures ne seront probablement plus celles à venir d'où la difficulté à

reproduire le social ou l'anthropologique. Au total, nous pouvons compter trois paradoxes. En effet, les acteurs ont une intelligence diverse de la culture (comme cela a été démontré dans la première partie de ce travail) ; mais ils diffusent d'autres programmes à l'antenne (émissions politiques) parce qu'ils interviennent dans un média déjà contrôlé et harangué quand eux-mêmes ne sont pas de véritables acteurs politiques⁵⁵⁸. Les autres paradoxes sont en lien avec l'écoute (insatisfaisante) de Gabon Télévision. L'analyse de ces paradoxes a transformé cette étude qui était au départ sociologique à être systémique. Ce qui a produit une approche complexe pour un objet d'étude éminemment complexe.

De ce fait, notre étude des publics va au-delà de la compréhension du désamour qu'a le public gabonais pour sa chaîne publique nationale. Elle dépasse également l'identification sexuée des récepteurs statistiquement établis à partir des variables référentielles (hommes, femmes, jeunes, adultes), pour « saisir le moment de l'interaction où les identités se fragmentent, se détachent, se composent et se recomposent »⁵⁵⁹. De toute évidence, la mainmise étatique qui plane sur Gabon Télévision, le manque de pertinence de l'approche définitionnelle de la culture aussi à la tête de l'Etat que chez les professionnels des médias, les limites observées dans l'exercice de la programmation, la négligence de la place accordée à la culture, non seulement en termes de pratiques professionnelles mais aussi en termes de culture proprement dite et la négation systématique de l'avis des publics valident notre hypothèse principale sur l'insatisfaction qu'occasionne l'offre programmatique culturelle de Gabon Télévision.

Culture et télévision : quelles perspectives ?

Cette recherche sur la production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévision publiques africaines, en l'occurrence Gabon Télévision, a permis de cerner le système audiovisuel public gabonais. En effet, nous avons eu une vision panoramique des médias audiovisuels africains de par leur proximité avec le cas étudié. Mais nous retenons que, en ce qui concerne le média étudié ici, malgré ses nombreuses restructurations depuis plusieurs années, Gabon Télévision est toujours remise en cause,

⁵⁵⁸ Plusieurs acteurs médiatiques (journalistes) se sont présentés récemment comme candidats aux élections législatives, notamment le présentateur de l'émission *Agora*.

⁵⁵⁹ *Ibidem*, p. 253.

tant au niveau des pratiques professionnelles de ses acteurs que de la « pauvreté [culturelle] des contenus »⁵⁶⁰. Son mode de gestion est de surcroît également sujet à caution. En effet, des réserves sont encore émises quant à la libéralisation de ce média, compte tenu de sa ligne éditoriale toujours et profondément affectée par une prédominance de l'information politique et propagandiste au détriment des deux autres missions du triptyque rattaché aux télévisions de services publics. Malgré la lenteur de sa croissance, la concurrence vouée non plus par la naissance incessante des chaînes de télévision privées nationales, mais surtout par celles dites câblées, Gabon Télévision peut croire en de meilleurs jours. Mais comment ? La réponse se trouve en grande partie dans notre enquête de terrain. Il s'agit premièrement de savoir quelle est la politique culturelle des hommes d'Etat passés et actuels ; et deuxièmement, pour ce qui est des acteurs médiatiques et de l'élite, d'admettre les bouleversements qui affectent le monde contemporain et le changement d'état d'esprit populaire comme les variations psychologiques qui ont profondément changé la cognition des masses populaires autrefois dominées par le parti unique. Cela suppose aussi intégrer l'élite intellectuelle et universitaire à la production des contenus nationaux, mais aussi tous les autres vecteurs de la culture : littéraires, scientifiques, anthropologues, sociologues, géographes, climatologues, peintres, archéologues, entomologistes, artisans, stylistes, vieux, villageois, religieux, et... politiques, etc.

N'ayant pas eu accès au ministre de la culture, et encore moins au président de la République, nous avons jugé pertinent de prendre les suggestions en matière de politique culturelle des différents candidats à l'élection présidentielle de 2016. Notamment lors de leur participation au grand débat télévisé prévu pour la circonstance. A cet effet, Ali Bongo (en sa qualité de président sortant et candidat à sa propre succession) s'était exprimé en ces termes : « Il n'y a pas de Nation forte sans culture forte. Mais pour des questions de priorité, nous n'avons pas consacré beaucoup de ce côté-là... Nous nous sommes consacrés à l'amélioration des conditions de vie des Gabonais. Pour l'avenir nous réfléchissons à la construction de salles de spectacles et l'ouverture des musées »⁵⁶¹. Son propos est très clair, la question de la culture n'est nullement d'une importance fondamentale, elle est même secondaire. Pour sa part, Auguste Moussavou King a estimé que nul n'était besoin de faire muter la RTG en

⁵⁶⁰ Luc Ngowet, *op. cit.*, p. 57-58.

⁵⁶¹ Cf. Tome II, annexe 17. Invité Ali Bongo Ondimba, p. 644.

Gabon Télévision dans le dessein « servile » d'imiter la France ». Ce candidat à l'élection présidentielle de 2016 proposait de « créer tout ce qui va dans le sens d'un épanouissement culturel : bibliothèques, cinémas, salles de spectacles et festivals »⁵⁶². Pour sa part, Gérard Ella Nguema, également candidat à l'élection présidentielle, s'exprima en ces termes : « il faut revaloriser les sites touristiques, les recenser, et les autres richesses culturelles du Gabon comme le Bwiti. Faire en sorte que les parcs nationaux impactent la vie des Gabonais, en servant au tourisme, or jusqu'ici, ce n'est pas le cas, ils ont juste vocation de garder les bêtes, etc. »⁵⁶³.

Pour ces trois hommes politiques, le projet culturel étatique repose sur l'aspect infrastructurel. Cependant, pour trois autres candidats à l'élection présidentielle gabonaise, l'accent était mis sur le contenu même de la culture. Paul Mba Abessole déclare : « il faut dire que pour les ethnies ayant leurs identités culturelles, il faut les unifier. Il faut avoir un laboratoire de langues et apprendre aux gabonais à parler toutes les langues du pays (Kota, Ndassa, etc.) »⁵⁶⁴. Dans la même perspective, René Ndong Sima estime que « nous avons une culture, des mots qui sont anciens que nous gagnerons à revaloriser. [Car] aujourd'hui, les enfants ne savent pas par exemple, qui sont les Kotas... Nous devons pouvoir donner une place à notre culture, car ils ne savent plus qui ils sont »⁵⁶⁵. Quant à Milama Mintogo, sa proposition se fonde sur le fait que les « médias publics doivent valoriser nos cultures pour qu'elles soient connues à l'étranger, en diffusant des programmes sur les danses Ikoku, Elone, sur les langues, sur les contes ; même 70% de la grille des programmes »⁵⁶⁶.

Au regard de ces points de vue, nous remarquons qu'il n'est nullement évoquée la faisabilité de ces projets. C'est pour cette raison que nous nous sommes tournés du côté des professionnels des médias pour en savoir davantage. Nous avons donc trouvé pragmatique de demander aux acteurs médiatiques eux même ce dont ils auraient besoin pour pallier les manquements qui affectent la production et la diffusion des programmes culturels à l'antenne. Certaines de leurs réponses ont déjà été transcrites dans les chapitres antérieurs. Mais pour des raisons d'argumentation liées au développement de ce point, il nous paraît important de les (re)contextualiser. Ces réponses peuvent ainsi se

⁵⁶² Cf. Tome II, annexe 17. Invité Auguste Moussavou King, p. 644-645.

⁵⁶³ Cf. Tome II, annexe 17. Invité Gérard Ella Nguema, p. 643.

⁵⁶⁴ Cf. Tome II, annexe 17. Invité Paul Mba Abessole, p. 643.

⁵⁶⁵ Cf. Tome II, annexe 17. Invité Raymond Ndong Sima, p. 642.

⁵⁶⁶ Cf. Tome II, annexe 17. Invité Milama Mintogo, p. 642.

regrouper en trois principaux thèmes : l'économie de la chaîne (et le financement de la création des programmes culturels), la formation des acteurs médiatiques et la restructuration de la grille et des contenus des programmes.

En ce qui concerne l'économie de Gabon Télévision, Prosper Tonda s'exprime en des termes très simples : « Il ne faut pas oublier que la télévision est une entreprise et donc qu'elle devrait créer des richesses, tout en faisant intervenir des administrateurs, des gestionnaires et commerciaux... »⁵⁶⁷. Pour sa part, Patricia Ontchangalt souhaite qu'on leur « donne davantage de moyens, car une production à l'intérieur du pays coûte très cher. [Et] aussi beaucoup de matériels et de nouveaux décors pour plus d'attraction, pour montrer aussi plus de peps et innover »⁵⁶⁸.

Pour ce qui est de la formation des acteurs médiatiques, les avis y référant sont portés d'une part par Marcel Sauthon qui pense qu'« il faut tout d'abord remettre les compteurs à zéro. C'est-à-dire qu'on devrait revoir qui est producteur, réalisateur, monteur, cadreur, journaliste dûment formé, etc. et qui ne l'est pas »⁵⁶⁹. Prosper Tonda renforce cette idée par une autre perspective : « Bref, il y a l'absence des budgets de production, qui ne saurait être une raison au même titre que le problème d'absence de ressources humaines qualifiées. [...] Je dirai qu'il faut ramener une certaine rigueur dans le recrutement des journalistes et autres professionnels »⁵⁷⁰.

Ces deux premiers aspects engendrent le troisième ; c'est-à-dire la création des contenus culturels en phase avec les besoins culturels des publics. Ce qui aurait pour conséquence l'élaboration des grilles de programmes mieux structurées, respectant un équilibre entre missions de service public et attentes et/ou besoins des téléspectateurs.

Pour ce faire, Max-Olivier Obame émet la proposition suivante : « La grille des programmes de Gabon Télévision est toujours déséquilibrée, il y a plus de programmes culturels étrangers, or il suffirait d'inverser la courbe avec l'introduction de plusieurs productions et diffusions de programmes culturels locaux comme le fait Nollywood, la chaîne nigériane »⁵⁷¹. C'est également la préoccupation de madame Eustacha Ada. Elle souhaite que « Gabon Télévision en tant que média public ou de service public devrait

⁵⁶⁷ Cf. Tomme II, annexe 11, entretien n° 6, *op. cit.*

⁵⁶⁸ Cf. Tomme II, annexe 11, entretien n° 12, *op. cit.*

⁵⁶⁹ Cf. Tomme II, annexe 11, entretien n° 9, *op. cit.*

⁵⁷⁰ Cf. Annexe 11, entretien n° 6, *Ibidem.*

⁵⁷¹ Cf. Cf. Tomme II, annexe 10, entretien n° 1, p. 534-536.

diffuser aux populations des programmes qui cultivent, éduquent et divertissent »⁵⁷². Bruno Bekale, quant à lui est ferme : « Je diffuserais un maximum de documentaires anthropologiques sur nos us et coutumes, qui aillent même vers les populations les plus reculées et défavorisées du pays. Il faut que des équipes de la chaîne aillent dans nos villages, nos forêts, etc. »⁵⁷³.

La solennité de toutes ces interventions peut se résumer en un seul mot « restructuration ». Selon le dictionnaire *Le Robert Poche Plus*, « restructurer » signifie : donner une nouvelle structure, réorganiser⁵⁷⁴. Autrement dit, Gabon Télévision a besoin d'opérer des changements susceptibles de lui garantir une amélioration dans tous ses secteurs d'activité. Refusant de se laisser éblouir par les nombreuses lois prises en conseil des ministres⁵⁷⁵ faisant état d'un certain nombre de changements à venir à Gabon Télévision, les acteurs médiatiques et les publics ont appris à les mettre sous réserves d'application.

Pour notre part, nous optons pour des schémas que nous impose la science. Cette démarche nous a permis de dévoiler l'existence d'une télévision sous emprise du pouvoir politique et du jugement social. Au sortir de cette constatation, l'instauration d'une véritable économie de la télévision et son industrialisation apparaissent comme deux perspectives fantasmagoriques dans le PAG très marqué politiquement. Evoquer ces changements, c'est revisiter la notion de service public de la télévision. De plus, il faudrait rappeler qu'au Gabon, l'évolution de ce média audiovisuel public est consécutive à l'évolution de l'Etat-Nation ; c'est-à-dire que Gabon Télévision s'est toujours inscrite dans la droite ligne du projet politique de l'Etat, voire, du parti au pouvoir PDG. Dans leur thèse de doctorats respectifs, Marcy Ovoundaga et Oswald Mihindou le traduisent différemment. Le premier en soulignant les aspects d'instrumentation et de gouvernementalité qu'il a nommés « appareil idéologique de l'Etat »⁵⁷⁶ de 1968 à 1990. Et le second s'exprime en ces termes : « Pour contester le reflet de ce miroir, les téléspectateurs nomment la Télévision publique « RTPDG » dont la traduction littérale est Radiodiffusion Télévision du Parti Démocratique

⁵⁷² Cf. Tomme II, annexe 11, entretien n° 5, *op. cit.*

⁵⁷³ Cf. Tomme II, annexe 11, entretien n° 7, *op. cit.*

⁵⁷⁴ Dictionnaire *Le Robert Poche Plus*, *op. cit.*, p. 628.

⁵⁷⁵ Lors des conseils des ministres, il est souvent mentionné la création de nouveaux textes devant régir le média.

⁵⁷⁶ Marcy Delsione Ovoundaga, *op. cit.*, p. 87.

Gabonais »⁵⁷⁷. Ces aspects empêchent un développement culturel de la chaîne. Cette étude l'a bien démontré : ni l'Etat (le gouvernement, les élus politiques, le CNC, les acteurs du secteur, etc.), ni les téléspectateurs n'en sont satisfaits. La culture est « partout et nulle part ». Et pourtant présente à l'antenne. Que faut-il faire alors ?

Depuis quelques années, comme nous l'avons stipulé, le financement du réseau audiovisuel public gabonais pose problème. En d'autres termes, le gouvernement par le biais du ministère de la communication, prévoit une autre façon de budgétiser Gabon Télévision. Il propose plusieurs possibilités, dont la plus prégnante serait la redevance. Pour ces dirigeants, ce choix est la solution la plus adaptée à la situation d'autant plus que Gabon Télévision est définie comme étant « un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion administrative et financière »⁵⁷⁸. Cependant, les lois qui s'y rapportent, bien que parfois « déjà » votées au parlement, ne sont pas encore appliquées. Nonobstant cela, ce média pour évoluer, a besoin de prendre un nouveau départ en commençant par se défaire de la mainmise politique par la favorisation de l'élection du conseil d'administration (au lieu de le « nommer »). La télévision de service public devrait retrouver sa place affective en promouvant les valeurs humaines gabonaises, en favorisant des débats citoyens, en consolidant les liens sociaux, en diffusant l'information, la culture, etc. Pour ce faire, le média public devrait revoir ses missions de service public. En effet, elles sont devenues obsolètes. Or, elles pourraient aider à redorer l'image de la chaîne afin de construire de nouveaux rapports avec les Gabonais. Ces rapports passeraient en grande partie par la pertinence sociale et affective des contenus médiatiques. Pour Jean-François Camilleri, P-DG de The Walt Disney Company France, « ce qui compte le plus, c'est le contenu, après les tuyaux s'adaptent aux consommateurs »⁵⁷⁹. Les contenus, orientés par le service public, comme nous l'avons suggéré tout au long de ce travail devraient favoriser le « vivre-ensemble », une problématique de médiation développée par Jean Caune sur laquelle nous sommes appuyée dans notre introduction. Nous mettons ainsi en perspective le problème de déconnexion entre le média d'Etat et son public national

⁵⁷⁷ Oswald Mihindou, *La télévision au Gabon (2009-2017). Critique d'un exil numérique*, op. cit., p. 13.

⁵⁷⁸ Cf. *Journal officiel de la République gabonaise*, Ministère de la communication, Décret n°0291/PR/MC du 23 mai 2016 modifiant et supprimant certaines dispositions du décret n° 0725/PR/MCPEN du 21 juin 2011 portant création, organisation et fonctionnement de Gabon Télévision, 2016, p. 9.

⁵⁷⁹ Jean-Luc Chetrit, François Druel, op. cit, p. 128.

comme un défaut de problématisation de la responsabilité de la place et du rôle de la télévision dans la construction du lien social, culturel et imaginaire, aussi bien quant à la perception de l'Etat lui-même que quant à une perception structurante de la/des culture(s) nationale(s) des contenus diffusés. Car, comme l'écrit l'auteur de *La médiation culturelle*, le sens et le sens de l'espace, et en l'occurrence celui de l'espace public, est une « expérience esthétique » par laquelle se construit une communauté d'appartenance. Jean Caune affirme : « Le monde humain se donne à voir à travers une succession d'événements et d'actions dont les hommes sont les protagonistes. Ce monde n'existe que dans la visibilité qu'il acquiert dans l'espace public ; cette visibilité qui permet alors la lisibilité et la construction du sens [commun] caractérise l'ordre politique. Pour les Grecs, *polis* n'était pas la localisation physique de la cité, mais l'espace du paraître aux autres et d'apparitions des autres »⁵⁸⁰.

A ce titre, replacer la culture au centre de l'action télévisuelle est la manifestation d'une nécessité politique, dans le sens de l'action publique, à laquelle la télévision, et notamment Gabon Télévision doit prendre part, puisque « La culture, quelle que soit sa définition, est toujours de l'ordre d'une relation entre des individus, les valeurs qu'ils partagent, les formes sociales qui fondent la collectivité. Si bien que la culture participe de la construction d'un espace où les rapports sociaux se mettent en forme symbolique [...] »⁵⁸¹. Par exemple en privilégiant le transfert des connaissances et des cultures entre l'élite qui détient ces savoirs et le commun des mortels qui en a fortement besoin. Or, comme nous l'avons vu, la télévision nationale publique ne s'intéresse ni aux uns ni aux autres. Ceci est contraire à une certaine *doxa* quant au rôle de médiateur que devait assumer le média du service public. C'est dans cette optique que Francis Guthleben avance que « le service public devrait considérer que chacun est riche d'une vie, d'un parcours, de connaissances qui peuvent enrichir l'autre. Chacun devrait être entendu et respecté »⁵⁸². Pour ce qui est de la culture, nous avons démontré que Gabon Télévision oblitère sa responsabilité dans la diffusion des contenus, laissant croire à l'idée selon laquelle les Gabonais ne connaissent pas ou n'aiment pas les programmes

⁵⁸⁰ Jean Caune, *La médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*, op. cit., p. 218.

⁵⁸¹ Jean Caune, op. cit., p. 142.

⁵⁸² Francis Guthleben, *Sauvons France Télévisions*, Paris, Ginkgo éditeur, 2015, p. 18.

culturels. Cette affirmation ne repose sur aucun fondement dans la mesure où les acteurs médiatiques qui y exercent vont chaque week-end dans les temples (Mbandja) pour des réjouissances et des rituels initiatiques, pratiquent la circoncision, célèbrent des retraits de deuils et des mariages coutumiers, etc. Raymond Mayer l'exprime en ces termes : « [...] la part la plus importante des cultures africaines, c'est la « production rituelle », exemple ces messieurs en costumes que nous voyons toute la semaine dans les bureaux, se retrouvent le week-end dans les cérémonies rituelles, dont la finalité est thérapeutique, ça perpétue le lien, la communication avec les défunts »⁵⁸³. Ce sont ces pratiques culturelles que la télévision de service public peut retransmettre à la télévision sous forme de spectacles vivants, d'émissions musicales, de documentaires, d'œuvres de fiction axées sur la découverte, l'histoire, le cinéma, la littérature, les arts plastiques et même les reportages de journaux télévisés, etc., pour s'attirer la confiance et l'espérance des publics. Il est vrai que contrairement à la télévision privée, la télévision de service public ne suit pas une logique d'optimisation commerciale. Mais en s'inscrivant dans cette forme d'engagement, son financement repose en grande partie sur l'Etat. Les contenus télévisuels que Gabon Télévision diffuse actuellement ne sont en aucun cas rentables économiquement pour la chaîne et il n'y a pas non plus d'annonceurs capables de combler ces insuffisances budgétaires. Le triptyque en cours indique que le média télévisuel a pour vocation d'informer le plus grand nombre, ce qui ne devrait pas se transformer en simple « prétention » (comme c'est le cas au regard des limites observées).

Pour rassembler le maximum de téléspectateurs, Gabon Télévision pourrait également redorer son image. Pour y parvenir, la chaîne doit accorder de l'importance à la création de programmes attractifs. Dans ce cadre le vice-président du directoire du groupe M6, Robin Leproux affirme : « tout commence par le programme. On est dans un métier artistique, de création »⁵⁸⁴. Mais il s'avère que la création, surtout pour ce qui est du domaine culturel, nécessite désormais de nombreuses technologies dont le numérique. Il va sans dire que les dirigeants de la chaîne vont devoir réfléchir à un élargissement de la notion de culture tout en accordant une place aux téléspectateurs par le biais du numérique. C'est le cas des émissions interactives ou contributives comme

⁵⁸³ Entretien avec Raymond Mayer, Professeur des universités, enseignant au département d'anthropologie de l'université Omar Bongo. Cf. Tome II, annexe 18, entretien n° 18, p. 647-650.

⁵⁸⁴ Robin Leproux, *op. cit.*, p.163.

celles diffusées sur France 2 qui mettent à la disposition des téléspectateurs des applications gratuites. Ces derniers, grâce à leurs appareils connectés (téléphones, Smartphones, tablettes, etc.) peuvent réagir en direct ou en différé aux émissions. Ce qui nécessite l'intégration de la notion de transmédia qui consiste à agglomérer plusieurs médias dans le but de susciter plusieurs types d'échanges d'énoncés. A ce titre, Céline Ferjoux explique que : « lorsque les producteurs et les diffuseurs adaptent leurs formats d'émission au web, ils doivent respecter de nouvelles contraintes techniques, écrire un nouveau langage, adopter des codes culturels liés à l'univers de l'informatique et des télécommunications »⁵⁸⁵. Gabon Télévision a intérêt à comprendre ce qu'elle gagnerait en produisant des contenus culturels numérisés inspirés par les cultures et les pratiques anthropologiques et sociales locales, mais aussi par l'écologie gabonaise, sa canopée, sa faune, son système fluvial, ses paysages, ses espèces rares (bois, poissons, animaux, coraux, etc.), sa modernité, etc., ainsi que plusieurs autres aspects de sa culture comme l'éducation et les arts traditionnels *via* les acteurs privés, publics, et *via* les ONG et l'Etat lui-même. A travers la production et la diffusion de tels contenus numérisés constitués en stocks ou programmés et consultables à la demande, voire produits et vendus sur supports numériques, Gabon Télévision jouerait un rôle de médiateur entre le peuple-citoyen et l'Etat. Il s'ouvrirait une nouvelle ère d'expériences télévisuelles au plan national. Cette disposition l'amènerait par ailleurs à assumer une position d'interface entre le monde extérieur et le Gabon par le mécanisme du marché des produits culturels et la vente de contenus numériques grâce au monde virtuel illimité. Ainsi Gabon Télévision rentrerait-elle de plein pied dans l'univers de l'économie numérique et des industries de la culture. Pour cela, sa restructuration devrait la conduire à générer un pôle de production et de diffusion organisé à cette fin, comme le sont aujourd'hui grand nombre de chaînes publiques mondiales. La chaîne pourrait donc créer de nouveaux espaces de diffusion. Sa production de contenus culturels doit répondre aux nouveaux usages et, d'une part, s'entourer d'une nouvelle politique en matière de diffusion (par exemple par la présence sur les réseaux sociaux comme Facebook, sur YouTube, etc.), et d'autre part, s'accompagner d'un nouveau management.

⁵⁸⁵ Céline Ferjoux, « Pratiques télévisuelles et pratiques en ligne. L'expérience médiatique du blogueur invité de l'émission CULT », *in* Communication, vol. 33/2/2015, <http://journals.openeedition.org/coomunication/5865>, consulté le 10 février 2018.

En effet, jusqu'à présent le média historique national fonctionne comme une direction du ministère de la communication, de l'économie numérique, de la culture et des arts, au point que s'est installé « un service public à la gabonaise » envisagé comme un service à rendre aux gouvernants, voire aux salariés de la Maison Rawiri et non pas à la population ni aux publics gabonais. Et encore moins à l'Etat. Mais le numérique n'est assurément pas la seule voie à explorer par le média public gabonais même si s'y joue grandement son avenir. En effet, en nous référant à ce que nous avons appelé la communication préoccupée, il serait probablement légitime de penser que le propre d'un service public serait de prendre en compte cette « préoccupation » dans un double sens qui consisterait à l'envisager comme un « encombrement » dans la communication mais peut-être aussi comme un questionnement en vue d'y remédier. De ce fait, considérer cette préoccupation (ou ses effets d'écart sémio-pragmatique) dans son évolution potentielle pourrait s'avérer intéressant. Le service public télévisuel gabonais pourrait en effet proposer une « culture » qui soit commune aux gouvernants et aux gouvernés par le biais de médiations multiples.

Pour conclure, l'on serait tenté d'envisager Gabon Télévision comme un enjeu industriel et de démocratisation culturelle compris entre le marché et l'espace public. Selon Miège, « ces industries se sont formées, non sans conflits ni longues gestations, à partir de formes artisanales ou à partir des spectacles vivants, et en correspondance avec les valeurs sociales et culturelles qui sont attachées à la culture et à l'information »⁵⁸⁶. Ce qui implique que la création et le développement des industries culturelles au Gabon ne saurait se faire non sans l'élaboration par l'Etat gabonais d'une politique culturelle qui tiendrait compte de l'identité culturelle nationale, de l'appréhension scientifique de ses formes d'expression aux fins non seulement d'envisager la faire évoluer de façon cohérente dans l'espace et dans le temps, mais aussi de favoriser son expansion internationale conséquente. Ce qui équivaldrait à prendre des mesures qui consistent à encadrer les domaines culturels, dont les médias dans leur spécificité économique en tant que producteurs et diffuseurs de la culture. Pour ce faire, la détermination des politiques culturelles permettra de définir l'importance du produit culturel télévisuel, mais surtout de démocratiser la culture télévisuelle. Autrement dit, les besoins culturels des populations (enquêtées) étant connus, il serait intéressant pour l'Etat et les médias

⁵⁸⁶ Bernard Miège, *op. cit.*, p. 6.

publics de pallier les difficultés d'accès à leurs production et diffusion ainsi qu'aux difficultés d'accès des produits culturels et informationnels qui en résulteront. Mais il est ressorti des différents entretiens que la carence culturelle de la grille des programmes de Gabon Télévision relève du financement limité de la chaîne. Ce constat a emmené nombre de professionnels dudit média non seulement à dénoncer la mainmise étatique, mais aussi à proposer un autre modèle économique basé sur la redevance audiovisuelle et l'exploration d'autres voies comme l'industrialisation de la culture. Pour ce faire, Gabon Télévision devra se muer en industrie en remplissant un certain nombre de critères selon le contexte (économie, personnels, organisation du travail, production, création, la commercialisation des biens, etc.). A cet effet, le but recherché par cette chaîne en tant qu'entreprise sera la rentabilité économique au détriment de la subvention allouée par l'Etat. Pour Kanel Engandja, « la rentabilité [des télévisions publiques gabonaises] est malheureusement ternie par des programmes jugés très redondants et majoritairement importés de l'occident »⁵⁸⁷.

Pour y remédier, il serait intéressant de réduire les inégalités culturelles observées sur le terrain, mais surtout de produire des biens culturels de façon la plus significative et cohérente qui soit. Cela passe par l'élaboration de nouvelles formes de programmes culturels axés sur les diverses conceptions de la culture étudiées avec la possibilité de les visualiser en ligne. D'une part, cette visualisation pourra se faire à l'aide d'application ou de logiciels pour ce qui est des usages des smartphones et autres mobiles. D'autre part, elle induirait de nouvelles pratiques (culturelles) pour le grand public et les professionnels des médias, non seulement en termes de d'encadrement, d'autonomie, mais aussi en termes de création de liens (communautés virtuelles d'échange).

⁵⁸⁷ Kanel Engandja-Ngoulou, *Le développement des industries culturelles au Gabon*, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 183.

BIBLIOGRAPHIE GENERALE

Ouvrages généraux

1. Baudrillard Jean, *La société de consommation*. Editions Gallimard, Paris, 1996.
2. Beuscart Jean-Samuel, Parasio Sylvain, « Sociologie des médias de masse », in Leteinturier Christine, Le Champion Rémy (dir.), *Médias, information et communication*, Paris, Ellipses, 2009.
3. Beyaert-Geslin Anne, *L'image préoccupée*, Paris, Hermès, 2009.
4. Bougnoux Daniel, *Introduction aux sciences de la communication* Paris, Observatoire des politiques culturelles, Editions La Découverte, Paris, 1998, 2001.
5. Bourdieu Pierre, Passeron Jean-Claude, *La Reproduction. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Les Editions de Minuit, 1970.
6. Bourdieu Pierre, *Sur l'Etat. Cours au Collège de France 1989-1992*, Paris, Editions Raisons d'agir/Editions du Seuil, 2012.
7. Breton Philippe, Proulx Serge, *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, La Découverte, 2005.
8. Brigaud-Robert Nicolas, *Les producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession*, Paris, Presses universitaires de Vincennes, coll. « Médias », 2011.
9. Chaumier Serges, *L'inculture pour tous. La nouvelle utopie des politiques culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2010.

10. Chomsky Noam, Herman Edward S. *La fabrique de l'opinion publique*, Paris, Le serpent à plumes, 2003.
11. Conan Mihai, *Pour une anthropologie des médias*, Pug, 2003.
12. Dagnaud Monique, *Les artisans de l'imaginaire : comment la télévision fabrique la culture de masse*, Paris, Colin, 2006.
13. De Certeau Michel, *La culture au pluriel*, Editions du Seuil, 1993.
14. Desrosières Alain, Laurent Thévenot, *Les catégories socio-professionnelles*, Paris, La Découverte, 2002.
15. Esquenazi Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*, PUG, première édition 2002, édition 2014.
16. Fleury Jean, *La culture*, Collection Thèmes et débats sociologie, Bréal, 2002.
17. Glevarec Hervé, Macé Eric, Maignet Eric, *Cultural studies : Anthropologie*, Paris, Armand Colin, 2008.
18. Hamery Roxane (dir.), *La télévision et les arts. Soixante ans de production*, Presses universitaires de Rennes, coll. Le spectaculaire, 2014.
19. Jakobson Roman, *Essais de linguistique générale*, Paris, Minuit, 1963.
20. John Clarke, « Parler de citoyenneté : discours gouvernementaux et vernaculaires », *Anthropologie et Sociétés*, 33, 2, 2009, p. 43-62.
21. Kerbrat-Orrechioni Catherine, *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 1980 (4^e édition).
22. Kingsley Mary H., *Travels in West Africa*, London, Dover Publications Inc, 2003, (1^{ère} édition 1897).
23. Kovach Bill, Rosentiel Tom, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, Paris, Nouveaux Horizons, 2001.

24. Le Breton David, *L'interactionnisme symbolique*, Paris, Presses universitaires de France, 2004.
25. Leteinturier Christine, Le Champion Rémy (dir.), *Médias, information et communication*, Paris, Ellipses, 2009.
26. Maigret Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2015.
27. Mattelart Armand, Mattelart Michèle, *Histoires des théories de la communication*, Paris, La découverte, 2004 (troisième édition).
28. Mattelart Armand, Neveu Eric, *Introduction aux cultural studies*, Paris, La découverte, 2003 (nouvelle édition 2008).
29. Miège Bernard, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, PUG, 2017.
30. Morin Edgar, *L'esprit du temps*, Avant-propos d'Eric Macé, Editions Grasset Fasquelle, 1962 (pour la première édition, Paris, édition de l'Aube pour la présente édition, 2017).
31. Noël Bernard, *La castration mentale*, Paris, Editions P.O.L, 1997.
32. Odin Roger, *Les espaces de communication. Introduction à la sémiopragmatique*, Grenoble, PUG, 2011.
33. Ollivier Bruno, *Les sciences de la communication. Théories et acquis*, Paris, Armand Colin, 2007.
34. Poels Géraldine, *Les Trente Glorieuses des téléspectateurs. Une histoire de la réception télévisuelle des années 1950 aux années 1980*, Paris, INA Editions, 2015.
35. Rieffel Rémy, *Que sont les médias ?*, Paris, Editions Gallimard, 2005.

36. Rieffel Rémy, *Sociologie des médias*. Ellipses Editions Marketing S.A, Paris, 3^e édition enrichie et actualisée, 2010.
37. Rocher Guy, *Introduction à la sociologie générale*, Montréal, Editions Hurtubise HMH ltée, 1992.
38. Rousseau Jean-Jacques, *Emile ou de l'éducation*, Editions Flammarion, paris, 2009.
39. Saussure Ferdinand (de), *Cours de linguistique générale*, Genève, Arbre d'Or, 2005.
40. Ségur Céline, *Les recherches sur les téléspectateurs, trajectoires académiques*, Paris, Lavoisier, 2010.
41. Sepulchre Sarah, *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, Editions De Boek Université, 2011.
42. Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson Don D., *Une logique de la communication*, Titre original Pragmatics of Human Communication. A study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes, Paris, Editions du seuil, pour la traduction française, 1972.
43. Williams Raymond, *The Long Revolution*, Victoria, Australia, published in Pelican Books, 1965 [first published by Chatto & Windus (1961)].

Ouvrages méthodologiques/Dictionnaires

1. Balle Francis, *Lexique d'information communication*, Paris, Editions Dalloz, 2006.
2. Bardin Laurence, *L'analyse de contenu*, Presse Universitaires de France, Paris, 1997, 1^{ère} édition, 2^e édition « Quadrige », 2013 (3^e tirage, mars 2016).
3. Chancel Jacques, *Petit dictionnaire amoureux de la télévision*, Paris, Editions Pocket, 2015.
4. Puigelier Catherine, *Dictionnaire juridique*, Préface de Héryn Jean-Louis, Tillhet-Pretnar Jeanne, Editions Larcier, Bruxelles, 2015.

5. Rey Alain, *Le petit Robert micro, 90000 définitions. Le dictionnaire de référence pour l'apprentissage du français*, Paris, Editions Le Robert, 2012.
6. Yao Joseph, *Méthodes d'études et de recherches en sciences économiques et sociales. Avec applications au contexte de l'Afrique noire*, L'Harmattan, Paris, 2005.
7. Etienne Jean, Bloes Françoise, Noreck Jean-Pierre, Roux Jean-Pierre, *Dictionnaire de sociologie*, Paris, Hatier, 2004.

Ouvrages spécifiques sur la télévision et la culture

1. Aubenas Florence, Benasayag Miguel, *La fabrique de l'information. Le journalisme et l'idéologie de l'information*, Paris, La Découverte, 2004.
2. Aubert Nicole, Gruère Jean-Pierre, Jabès Jak, Hervé Laroche, Sandra Michel, *Management. Aspects humain et organisationnels*, Paris, PUF, 1991.
3. Beylot Pierre, *Quand la télévision parle d'elle-même, 1958-1999, avec le témoignage de Daniel Scheidemann*, Mémoires de télévision INA, Paris, L'Harmattan, 2000.
4. Bourdieu Pierre, *Sur la télévision suivi de l'emprise de journalisme*, Paris, Raison, 2008.
5. Bourdon Jérôme et Jost François (dir), *Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy*, Collection Médias Recherches, Nathan, Institut National de l'Audiovisuel, Paris, 1998.
6. Bourdon Jérôme, *Du service public à la télé réalité, une histoire culturelle des télévisions européennes 1950-2010*, collection « Médias histoire », Paris, Editions INA, 2011.
7. Bourdon Jérôme, *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Paris, Economica, 1990 (nouvelle édition 2014).

8. Brachet Camille, *Peut-on penser à la télévision ? La culture sur un plateau*, Paris, Editions Bord de l'eau, INA, 2010.
9. Caron Rémi, *L'Etat et la culture*, Paris, Economica, 1989.
10. Caune Jean, *Culture et communication. Convergence et lieux de médiation*, 2^e édition, PUG, 2006.
11. Caune Jean, *La médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*, PUG, 2017.
12. Chetrit Jean-Luc, Druel François, *La télévision est morte...Vive ma télévision !*, Paris, Editions SW Télémaque, 2014.
13. Cluzel Jean, *Regard sur l'audiovisuel. Education, culture et télévision*, Paris, Editions de Droit et de Jurisprudence, 1994.
14. Cuche Denys, *La notion de culture en sciences sociales*, Paris, Editions la Découverte, quatrième édition, 2010.
15. Dagnaud Monique, *Les artisans de l'imaginaire. Comment la télévision fabrique la culture de masse*, Paris, Armand Colin, 2006.
16. Esquenazi Jean-Pierre (dir.), *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, L'Harmattan, 1995.
17. Esquenazi Jean-Pierre, *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*, Paris, L'Harmattan, 1996.
18. Esquenazi Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2009.
19. Fleury Jean, *La culture*, Paris, Bréal, collection « Thèmes et Débats sociologie », 2002.
20. Fonnet Laurent, *La programmation d'une chaîne de télévision*, Paris, Editions Dixit, 2003.

21. Fonnet Laurent, *La programmation de la télévision à l'ère du numérique. Comment ça marche ?*, Paris, Editions Dixit, 2010.
22. Guibert Edouard, *La télévision*, Paris, Hachette, 1987 (nouvelle édition 1988).
23. Guthleben Francis, *Sauvons France Télévisions*, Paris, Ginkgo éditeur, 2015.
24. Jost François (dir), *Télévision, n° 2, Quelle culture pour la télévision ?*, Paris, CNRS, 2011.
25. Jost François, *Comprendre la télévision et ses programmes*, Paris, Editions Armand Colin 2009, 2013 (2^e édition).
26. Jost François (dir.), *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, Ina Editions, 2014.
27. Kalifa Dominique, *La culture de masse en France 1860-1930*, Paris, La Découverte, 2001.
28. Le Champion Rémy, Danard Benoît, *Les programmes audiovisuels*, Paris, Editions La Découverte, 2014 (nouvelle édition).
29. Lochard Guy, Boyer Henri, *Notre écran quotidien. Une radiographie du télévisuel*, Dunod, Paris, 1995.
30. Lochard Guy, *L'information télévisée. Mutations professionnelles et enjeux citoyens*, Paris, Editions Vuibert, 2005.
31. Lochard Guy, *Les débats publics dans les télévisions européennes*, Paris, L'Harmattan, 2006.
32. Macé Eric, *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*, Paris, Armand Colin et Institut National de l'Audiovisuel, 2006.
33. Machado da Silva Juvemir, *Les technologies de l'imaginaire. Médias et culture à l'heure de la communication totale*, Paris, Editions La Table ronde, 2008.

34. Maigret Eric, Macé Eric, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, Institut National de l'Audiovisuel, 2005.
35. Moeglin Pierre et Tremblay Gaëtan (dir), *L'avenir de la télévision généraliste*, Paris, L'Harmattan, 2005.
36. Pronovost Gilles, *Médias et pratiques culturelles*, Presses universitaires de Grenoble, 1996.
37. Proulx Serge (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998.
38. Renaut Alain, *Découvrir la philosophie. 2. La culture*. Odile Jacob, Paris, 2010.
39. Sauvage Monique, Veyrat-Masson Isabelle, *Histoire de la télévision française*. Préface de Jeanneney Jean-Noël, Paris, Nouveau Monde, 2012.
40. Sauvage Monique, Veyrat-Masson Isabelle, *Histoire de la télévision française*, Paris, Editions Nouveau Monde, 2014.
41. Tudesq André Jean, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Paris, Editions Champvallon, 1992.
42. Veyrat-Masson Isabelle, *Quand la télévision explore le temps : l'histoire au petit écran*, Paris, Fayard, 2000.
43. Veyrat-Masson Isabelle, *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Bruxelles, Editions De Boek Université, 2008.
44. Villeneuve Gaël, *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*. Préface d'Erik Neveu, Grenoble, PUG, 2013.
45. Williams Raymond, *Culture & matérialisme*, préface de Jean-Jacques Lecercle, Paris, Les Prairies ordinaires et Lux Editeur, 2009.

46. Wolton Dominique, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990.
47. Zheng Liu, *Les chaînes de télévisions culturelles en France et leur public*, Paris, L'Harmattan, 2012.

Ouvrages sur l'Afrique et le Gabon

1. Anta Diop Cheikh, *Parenté génétique de l'Égyptien pharaonique et des langues négro-africaines : processus de sémitisation*, Les Nouvelles Editions Africaines, Université de Virginie, 2007.
2. Auracher Tim, *Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, L'Harmattan, 2001.
3. Auracher Tim, *Le Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, L'Harmattan, 2003.
4. Bertrand Boundzanga Noël, *Le Gabon, une démocratie meurtrière*, Paris, L'Harmattan, 2017.
5. Boto Eza, *Ville cruelle*, Paris, Présence Africaine, 1958.
6. Dioh Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Editions Karthala, 2009.
7. Engandja-Ngoulou Kanel, *Le développement des industries culturelles au Gabon*, Paris, L'Harmattan, 2012.
8. Etoughé-Efé Jean-Emery, *Les bars populaires de Libreville. Alcools et mutations sociales dans les grandes villes africaines*, Paris, L'Harmattan, 2016.
9. Eyeang E., Quentin de Mongaryas R. F. (dir.), *Les valeurs dans la société gabonaise. Etat des lieux, enjeux et perspectives*, Libreville, Odette Magana, 2015
10. Idiata Daniel Franck, *Le reflet du miroir. Le Gabon face à ses identités*, Libreville, Les Editions du CENAREST, 2016.
11. Itoumba Olive, « L'Eglise au Gabon. Evangélisation et montée en puissance des acteurs religieux en politique (1842-2015), in Georice B. Madébé, *Le Gabon*

- aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016.
12. Kombila Thierry d'Argendieu, *Démocratie, droit de la communication et politiques publiques au Gabon de 1960 à 2010. Une expérience cinquantenaire*, Libreville, Les Editions Ntsame, 2010.
 13. Kourouma Ahmadou, *En attendant le vote des bêtes sauvages*, Paris, Seuil, 1998.
 14. Labou Tansi Sony, *La vie et demie*, Paris, Seuil, 1979.
 15. Madébé Georice Berthin (ed.), *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Collection Nouveaux Horizons, Libreville, 2016.
 16. Madébé Georice Berthin, *Les enjeux de la communication. NTIC, médias, démocratie et relations publiques au Gabon*, Libreville, PUG, 2013.
 17. Mbembe Achille, *De la postcolonie. Essai sur l'imagination politique dans l'Afrique contemporaine*, Paris, Karthala, 2000.
 18. Ndong Laurence, *Gabon. Pourquoi j'accuse...*, Paris, L'Harmattan, 2016.
 19. Ngakosso Jean-Claude, *La nouvelle presse congolaise. Du goulag à l'agora*, Paris, L'Harmattan, 1997.
 20. Ngowet Luc, *Petites misères et grand silence. Culture et élites au Gabon*. Raonda Walker, Libreville, 2001.
 21. Nzigou Angès Kevin, *Je plaide constitutionnel*, Saint-Maur-des-Fossés, Jets d'Encre, 2014.
 22. Obiang Jean-François, *France-Gabon. 1960-1990 : trente ans de dépendance réciproque*, Libreville, La Maison Gabonaise du Livre, 2005.
 23. Raonda-Walker André, *Notes d'histoire du Gabon*, Libreville, Editions Raonda Walker, 2008.
 24. Raonda-Walker André, Sillans Roger, *Rites et croyances des peuples du Gabon*, Libreville, Raonda-Walker, 2011.

25. Sabi Djaboudi Arthur, *Les médias d'Etat au Gabon. Permanence et mutations*, Paris, L'Harmattan, 2017.
26. Tonda Joseph, *L'impérialisme postcolonial. Critique de la société des éblouissements*, Paris, Karthala, 2016.

Revues/Rapports/Dossiers

1. IRIS spécial, observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2007.
2. Nikoltchev Susanne (ed.), *IRIS spécial : La culture de service public de radiodiffusion*, Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2007.
3. Dagnaud Monique (présidente du groupe), *Commissariat du plan Médias : promouvoir la diversité culturelle*, La documentation française, Paris, 2000.
4. Poirrier Philippe, *Les politiques de la culture en France*, Paris, Direction de l'information légale et administrative, 2016.
5. *Code de la communication en République gabonaise*. Loi N°12/2001 du 12 décembre 2001, portant Code de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite en République gabonaise. Titre III, chapitre 1, Direction des publications officielles.
6. Direction de l'information de la République gabonaise, « Le président Léon Mba vous parle », Paris, Editions Diloutremer, décembre 1960.
7. Direction Générale de la Statistique (DGS), *Résultats globaux du recensement général de la population et des logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013)*, Libreville, Décembre 2015.
8. Journal officiel du 30 juillet 1960, Décret n°60-757 du 29 juillet 1960 portant approbation des accords particuliers signés le 15 juillet 1960 entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République gabonaise, Annexe n°5, Article 1^{er}.
9. Laboratoire Universitaire de la Tradition Orale et des Dynamiques Contemporaines (LUTO DC), *Revue Patrimoine(s) et dynamique(s)*, n°1, « Aux sources de la tradition », Libreville, Raounda-Walker/LUTO DC, 2012.

10. Présidence de la République, Ministère de la communication de la poste et de l'économie numérique, Décret n°0725 PR/MCPEN portant création, organisation et Fonctionnement de Gabon Télévision.
11. Unesco, Pnud, *Rapport d'évaluation du développement des médias au Gabon basé sur les indicateurs de développement des médias de l'Unesco*, Libreville, Unesco, 2012.

Articles

1. Biyoghe Bi Ella Eric Damien, « Les fêtes tournantes et la modernisation du Gabon. Oyem, entre antagonismes politiques et développement rural et urbain », in Madébé Georice Berthin, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016.
2. Chambat-Houillon Marie-France, « Service public et qualité : l'exemple de la télévision française des années 1970 », in Jost François (dir.), *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, Ina Editions, 2014.
3. Crozier Michel, « Télévision et développement culturel », in *Communication*, 7, « Radio-télévision. Réflexions et recherches », 1966.
4. Dolez Charlotte, « Le sens de l'actu. Une analyse des interprétations de l'information à partir d'entretiens de couple », in *Politiques de communication*, n° 4, « Les ancrages sociaux de la réception. Entretien avec David Morley », Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2015.
5. Elloue-Engone Alain, « Redéploiement paradigmatique en sciences sociales et humaines », in « Patrimoine(s) et dynamiques ». « Aux sources de la tradition », *Revue du Laboratoire Universitaire de la Tradition Orale et des Dynamiques Contemporaines (LUTO-DC)*, n° 1. Raponda-Walker/LUTO-DC, Libreville, 2012.

6. Itoumba Olive, « L'Eglise au Gabon. Evangélisation et montée en puissance des acteurs religieux en politique (1842-2015), in Georice B. Madébé, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016, p. 231-257.
7. Koumba Célestine, Mogo Boussengui Amélie, « Les maladies mentales dans l'Afrique noire contemporaine. Représentations de la folie « oghio » et « otsogha » et fétichismes en contexte Mitsogo », *Revue Oudjat en Ligne*, numéro 1, volume 2, janvier 2018.
8. Koumba Pambolt Ignace, « Le secteur informel urbain et l'économie gabonaise. Etude d'une « économie parallèle » », in Madébé Georice Berthin, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016.
9. Loungou Serge, Franck Idiata Daniel, « La question linguistique au Gabon. Ses implications socioculturelles et politiques », in Madébé Georice Berthin, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative*, Libreville, Edition Oudjat, 2016.
10. McCombs M., Shaw D., « The Agenda-Setting Function of Mass Media », in *Public Opinion Quarterly* 36, 1972.
11. Meye Arsène, « Prospective de l'économie gabonaise », in Georice B. Madébé, Noël Ovono Edzang, *Figures du Gabon contemporain*, Paris, Dianoià, 2005.
12. Mikala Cyrille, « Conscience symbolique de l'espace et modernité de l'habiter au Gabon. Réflexion autour du devenir de l'esthétique de l'environnement urbain (Libreville, Port-Gentil), in « Savoirs endogènes et développement de l'Afrique », *Editions Oudjat en ligne*, n°1 volume 1, février 2018.
13. Mindzié Abessolo Chantal, « 50 ans de présence féminine au Parlement. Pratiques et dynamiques d'insertion des femmes dans la vie politique au Gabon », in Madébé Georice Berthin, *Le Gabon aujourd'hui. Des questions et*

des réponses sur la vie sociale, économique, politique et administrative, Libreville, Edition Oudjat, 2016.

14. Moles Abraham, « La radio-télévision au service de la promotion culturelle », in *Communication*, 7, 1996.
15. Spies Virginie, « Lorsque les téléspectateurs jugent la qualité des programmes sur Twitter », in Jost François (dir.), *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, Ina Editions, 2014.

Thèses et mémoires

1. Badinga Mouanda Bignoumba, *La télévision et les jeunes au Gabon*, Mémoire de Master, soutenu au Département des Sciences de l'Information et de la Communication, Libreville, 2014.
2. Balima Dimitri Régis, *L'appropriation sociale des chaînes de télévisions en Afrique de l'ouest. Les modalités de l'adhésion des Elites Africaines à la culture télévisuelle : Les cas du Bénin, du Burkina Faso et du Mali*, Thèse en science de l'information et de la communication, soutenue à l'Université Stendhal-Grenoble3, 2009.
3. Koumba Manfoumbi Monique, *Les Punu du Gabon, des origines à 1899. Essai d'étude historique*, Thèse de doctorat de 3^e cycle, Tome 2, Université Paris I, Paris Sorbonne, 1989.
4. Lafon Benoît, *Le temps de la télévision. Penser la communication médiatique télévisuelle dans les processus socio-politiques*, volume1, Mémoire pour l'obtention de l'Habilitation à Diriger des Recherches en sciences de l'information et de la communication, Institut de la communication et des médias, 2012.
5. Brachet Camille, *Peut-on penser à la télévision ?*, Paris, Le Bord de l'eau Editions INA, 2010.

6. Mihindou Oswald, *La télévision au Gabon (2009-2017). Critique d'un exil numérique*, thèse en anthropologie africaine, Libreville, Université Omar Bongo, 2017.
7. Nzoundou Nzoundou Jean Blaise, *Les réseaux sociaux face aux enjeux de la communication culturelle dans les établissements secondaires du Gabon : cas du Lycée privé Vincent de Paul Nyonda de Libreville*, Mémoire de Master en Recherche en communication, Département des Sciences de l'Information et de la Communication, Libreville, Université Omar Bongo, 2013.
8. Salles Chloë, *Les mutations d'une presse « de référence » : Evolution des stratégies d'acteurs à partir des représentations et pratiques journalistiques sur internet. Les blogs au cœur des repositionnements de la presse écrite. Le cas du journal Le Monde*, thèse soutenue en 2010 au Gresec, Volume 1 et 2.

Webographie

1. Balima Dimitri Régis, Les médias publics face aux défis du pluralisme et de la convergence au Burkina Faso, in Les enjeux de l'information et de la communication, n°15/2B, 2014, p. 127-157, [http://Lesenjeux.U-grenoble3.fr/2014-supplément B/13-Balima/index.html](http://Lesenjeux.U-grenoble3.fr/2014-supplément_B/13-Balima/index.html)., consulté le 26/05/2015.
2. Bouet Claude, *Problèmes actuels de main-d'œuvre au Gabon. Conditions d'une immigration contrôlée*, in *Cahiers d'Outre-mer*, n° 124 - 31^e année, Octobre-décembre 1978. p. 375-394 ; http://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1978_num_31_124_2878. Consulté le 11 décembre 2017.
3. Chalvon-Demersay Sabine, « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée Urgences », in *Réseaux* n° 95, Sciences, maladies et espace public, 1999, p. 235-283. http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1999_num_17_95_2160. Consulté le 10 décembre 2017.
4. Ferjoux Céline, « Pratiques télévisuelles et pratiques en ligne. L'expérience médiatique du blogueur invité de l'émission CULT », in *Communication*, vol.

- 33/2/2015, <http://journals.openeedition.org/coomunication/5865>, consulté le 10 février 2018.
5. Lochard Guy, Comment analyser le dispositif d'une émission de télévision ? Repères méthodologiques, http://www.almrd22.fr/IMG/pdf/comment_analyser_les_disp.pdf, décembre 2000, consulté le 15/02/2016 à 17h39.
 6. Mba Samperode, « Médias et culture au Gabon ». <Http://cultures241.com/834-2/>, consulté le 7 août 2017.
 7. Mousseau Jacques, « La programmation d'une chaîne de télévision », in *Communication et langages*, n°80, 2ème trimestre 1989. Cf. http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1989_num_80_1_1103, consulté le 21 mars 2016.
 8. Nguema Rano-Michel, « Développement de la ville, découpage et appropriation des territoires urbains au Gabon : le cas de Libreville », in *Belgeo* [En ligne], 4 | 2005, mis en ligne le 29 octobre 2013, consulté le 29 juillet 2017. URL : <http://belgeo.revues.org/12167> ; DOI : 10.4000/belgeo.12167.
 9. Térance Nzoghe Gilles, « Régulation des médias : Réformer en urgence le CNC ». Cf. <http://gabonreview.com/blog/regulation-medias-reformer-urgence-cnc/>, consulté le lundi 13 février 2017.
 10. Wolton Dominique, Télévision culturelle : l'apartheid distingué, <http://www.revue-pouvoirs.fr/Television-culturelle-l-apartheid.html>, consulté le 13/10/2015 à 19h28.

Sitographie

1. <http://tele.premiere.fr/News-Tele/Vous-etes-en-direct-epingle-pour-faux-direct-3802011>. Consulté le 28 janvier 2014 à 8 heures.

2. Direct infos, L'actualité économique et financière du Gabon, Le Gabon, 2^e marché africain du groupe Canal+, <https://direcinfosgabon.com>. Consulté le 22 décembre 2017.
3. <http://diffusiontv.viabloga.com/texts/guide-du-producteur>. Consulté le 28 janvier 2014 à 9 heures.
4. <http://gabonautrefois.blogspot.fr/2010/09/lhistoire-de-la-rtg.html?m=1>.

INDEX

Table des index

N°	Intitulé	Page
1	Index des captures d'écran	443
2	Index des cartes	447
3	Index des encadrés	449
4	Index des graphiques	451
5	Index des photographies	455
6	Index schémas	459
7	Index des tableaux	461

Index des captures d'écran

Titres des captures d'écran	Pages
Capture d'écran n° 1 : Extrait du générique de l'émission « Le Grand Mbandja »	256
Capture d'écran n° 2 : Extrait de l'émission « Le Grand Mbandja »	256
Capture d'écran n° 3 : Extrait du générique de l'émission « Le Ndzimba	257
Capture d'écran n° 4 : Premier extrait d'un plateau de l'émission « Le Ndzimba »	257
Capture d'écran n° 5 : Second extrait d'un plateau de l'émission « Le Ndzimba »	257
Capture d'écran n° 6 : Post Facebook du journaliste Chamberland Moukouama au sujet des débats « culturels » diffusés par Gabon Télévision	303
Capture d'écran n° 7 : Suite du post Facebook du journaliste Chamberland Moukouama au sujet des débats « culturels » sur Gabon Télévision	303
Capture d'écran n° 8 : Réponse d'un usager au post de Chamberland Moukouama au sujet des débats culturels diffusés par Gabon Télévision	304
Capture d'écran n° 9 : Commentaire d'un usager sur un numéro de l'émission « Agora » visualisée sur une chaîne YouTube	304
Capture d'écran n° 10 : Capture d'un numéro de l'Emission « Agora » sur	304

YouTube

Capture d'écran n° 11 : Réaction d'un téléspectateur de cette émission	304
Capture d'écran n° 12 : Premier générique de l'émission « Agora »	310
Capture d'écran n° 13 : Gros plan sur le plateau de l'émission	310
Capture d'écran n° 14 : Deuxième générique de l'émission « Agora »	310
Capture d'écran n° 15 : Deuxième plateau de l'émission « Agora »	310
Captures d'écran n° 16 et 17 : Illustrations du désarroi du public face à la conduite de l'émission	317
Captures d'écran n° 18 et 19 : L'habillage de l'émission « Agora », un problème d'identité visuelle de cette émission de plateau tv	319
Captures d'écran n° 20 : « Agora » et l'enfance gabonaise : une émission au cœur de la problématique de l'éducation de la jeunesse. Ici, des enfants sur le plateau de l'émission	322
Captures d'écran n° 21 : Image illustrant les titres du président. Il est écrit : « Ali Bongo Ondimba, Président de la République chef de l'Etat »	348
Captures d'écran n° 22 : Image illustrant le public en liesse, dont une femme tenant le président dans ses bras au quartier Cocotiers	348
Captures d'écran n° 23 : Image illustrant un plan serré sur la délégation qui accompagne le président dans sa visite du quartier Cocotiers	348
Captures d'écran n° 24 : Image illustrant un groupe d'animation socioculturel sollicité pour la visite présidentielle et dansant l'Elone devant le chef de l'Etat	348

Index des cartes

Titres des cartes	Pages
Carte n° 1 : Situation géographique du Gabon	146
Carte n° 2 : La situation administrative du Gabon et le territoire enquêté	147
Carte n° 3 : Le territoire de l'enquête et les distances parcourues	175
Carte n° 4 : Les localités, le parcours de l'enquête et les chiffres de l'enquête de terrain	192

Index des encadrés

Titres des encadrés	Pages
Encadré n° 1 : Journal officiel de la République	20
Encadré n° 2 : Journal officiel de la République	83
Encadré n° 3 : Journal officiel de la République	90
Encadré n° 4 : Premier extrait de « Médias et culture au Gabon »	326
Encadré n° 5 : Deuxième extrait de « Médias et culture au Gabon »	327
Encadré n° 6 : Extrait de « Médias et culture au Gabon »	334

Index des graphiques

Titres des graphiques	Pages
Graphique n° 1 : Indice de diffusion de la culture en 1972	115
Graphique n° 2 : Indice de diffusion de la culture en 2013	116
Graphique n° 3 : Indice de diffusion de la culture en 2015	117
Graphique n° 4 : Indice de diffusion de la culture en 2016	118
Graphique n° 5 : Evolution en % du volume de diffusion de la culture à Gabon Télévision	120
Graphique n° 6 : Hommes politiques, personnalités publiques et diffusion de la culture à Gabon Télévision	134
Graphique n° 7 : Evolution de la population gabonaise en 53 ans	152
Graphique n° 8 : Taille de la population gabonaise par province	153
Graphique n° 9 : Répartition par sexe de la population gabonaise	155
Graphique n° 10 : La Pyramide des âges de la population gabonaise en 2013	156
Graphique n° 11 : Répartition de la population enquêtée par province	203
Graphique n° 12 : Répartition de la population enquêtée par classes d'âge	205
Graphique n° 13 : Répartition des populations en fonction du temps passé devant la télévision	207
Graphique n° 14 : Gabon Télévision et son audience	209
Graphique n° 15 : Les programmes préférés des téléspectateurs de Gabon Télévision	210

Graphique n° 16 : Les programmes culturels préférés des téléspectateurs de Gabon Télévision	212
Graphique n° 17 : Répartition des publics de Gabon Télévision par les populations enquêtées	214
Graphique n° 18 : Répartition des publics de Gabon en fonction de l'attractivité du média	216
Graphique n° 19 : Les prestations des journalistes perçues par les enquêtés	219
Graphique n° 20 : Répartition des populations enquêtées en fonction de l'âge	221
Graphique n° 21 : Répartition par âge des enquêtés aux réponses partielles	225
Graphique n° 22 : La télévision : du loisir au désintérêt	228
Graphique n° 23 : Gabon Télévision et ses publics : contestation ou désintérêt ?	229
Graphique n° 24 : Gabon Télévision et ses publics : un désintérêt avéré ?	230
Graphique n° 25 : Le journal de Gabon Télévision : le programme le plus suivi de la chaîne	231
Graphique n° 26 : Quel public pour Gabon Télévision ?	234
Graphique n° 27 : Répartition des enquêtés par tranches d'âge	237
Graphique n° 28 : Répartition des enquêtés en fonction de la possession d'un poste téléviseur	238
Graphique n° 29 : Répartition en fonction de l'abonnement aux bouquets numériques	240
Graphique n° 30 : Répartition du temps passé devant la télévision	242
Graphique n° 31 : Répartition en fonction de l'accès à Gabon Télévision	243
Graphique n° 32 : Répartition en fonction du visionnage de la chaîne	245
Graphique n° 33 : Répartition en fonction de l'accès à Gabon Télévision	246
Graphique n° 34 : Répartition en fonction des programmes culturels regardés	247

Graphique n° 35 : Répartition en fonction des contenus culturels souhaités	248
Graphique n° 36 : Le public cible de Gabon Télévision selon les enquêtés	250
Graphique n° 37 : Jugements portés en fonction de l’attractivité des émissions	251
Graphique n° 38 : Jugements portés sur les plans et les décors des émissions	252
Graphique n° 39 : Jugements portés sur les présentateurs d’émission de Gabon Télévision	260
Graphique n° 40 : Prestations professionnelles : les présentateurs sont-ils à la hauteur des enjeux de leurs émissions ?	261
Graphique n° 41 : Niveaux de satisfaction en rapport avec les prestations des présentateurs	263
Graphique n° 42 : Répartition en fonction de l’année du visionnage	265
Graphique n° 43 : Jugements portés sur l’évolution des programmes de Gabon Télévision	267
Graphique 44 : Répartition des migrants durée de vie par province de départ	351
Graphique 45 : Répartition des migrants durée de vie par province de destination	352

Index des photographies

Titres des photographies	Pages
Photographie n° 1 : Bana à Mayumba, dans la Nyanga au sud du Gabon	58
Photographie n° 2 : Village Malounga I dans la Nyanga au sud du Gabon	58
Photographie n° 3 : Oyenano, dans la province de la Ngounié au sud du Gabon	59
Photographie n° 4 : Ndjolé dans la Province du Moyen-Ogooué au centre du Gabon	59
Photographie n° 5 : Bifoun, dans la Province du Moyen-Ogooué au centre du Gabon. Exposition-vente des produits culturels sur la voie publique : masques Fang, Punu, Myènè, kota, etc.	59
Photographie n° 6 : Libreville, le Boulevard Léon Mba (entre la marie centrale et le ministère des Affaires étrangères)	162
Photographie n° 7 : Sur la principale artère du Bord de mer de Libreville, entre l'ancien gouvernorat et l'entrée du Port môle	162
Photographie n° 8 : Quartier « Belles peinture ». Axe PK 5/Owendo (Libreville)	163
Photographie n° 9 : Quartier PK 11 (Libreville)	163
Photographie n° 10 : Quartier « Akournam » (Owendo, Libreville)	164
Photographie n° 11 : Marché de Ndjolé (Moyen-Ogooué), sur la voirie conduisant dans le nord du Gabon	166
Photographie n° 12 : Station Total jouxtant le marché de Ndjolé (Moyen-Ogooué)	166

Photographie n° 13 : La plaine de Nyali « éventrée » par la route nationale. Ici près de la frontière séparant les provinces de la Nyanga et de la Ngounié	169
Photographie n° 14 : A la lisière de la plaine et de la forêt équatoriale, la voirie nationale se perd ans le nature. Ici à Fougamou dans la Ngounié	169
Photographie n° 15 : Loubomo (dans la Nyanga), un village au cœur de la forêt équatoriale	169
Photographie n° 16 : A Malounga II (Nyanga). Avec le chef de village et son adjoint	177
Photographie n° 17 : A Pegnoundou (Nyanga). Une rurale nous explique le fonctionnement administratif de ce village aggloméré	177
Photographie n° 18 : A Tchad II (Moyen-Ogooué). Avec le chef de village et ses habitants	177
Photographies n°s 19 et 20 : Tchibanga, quartier Moukenga	180
Photographie n°s 21 & 22 : A Malounga I, Rfi demeure le seul média d'accès à l'information. A Malounga II, des paraboles signalent la présence de la télévision	180
Photographies n°s 23 & 24 : Bana, façade maritime de la province de la Nyanga, du côté de la frontière du Gabon avec le Congo Brazzaville	181
Photographies n°s 25 & 26 : Pegnoundou, un village « martien » au cœur du Gabon	181
Photographies n° 27 : Ndendé, une ville-carrefour abonnée à la parabole	182
Photographie n°s 28 & 29 : Mouila, capitale provinciale de la Ngounié	182
Photographies n°s 30 & 31 : A Fougamou, la télévision câblée s'installe partout où elle est désirée	183
Photographies n°s 32 & 33 : Oyenano. Un besoin de télévision bien mis en évidence	183
Photographies n°s 34 & 35 : Tchad II. L'une des deux antennes paraboliques trouvées dans ce village allongé	184

sur environ 1,5 km. Les populations y développent des activités artisanales associant commerce et production de biens culturels traditionnels prisés des populations. Ici des jeunes fabriquent des nattes destinées à la vente	
Photographies n^{os} 36 et 37 : Dans la petite ville de Ndjolé, la parabole est omniprésente	184
Photographies n^{os} 38 & 39 : Bifoun, ville-carrefour du Gabon. Entre modernité et traditions	185
Photographies n^{os} 40 & 41 : A Libreville, aux quartiers Owendo SNI et Akournam	185
Photographies n^{os} 42 & 43 : Les quartiers PK 5 et Mindoubé II dans Libreville	186
Photographie n^o 44 Des enfants suivant une comédie sur TF1. Libreville, quartier Nzenz Ayong (Ondogho)	239
Photographie n^o 45 : Un jeune public regardant Trace Africa, chaîne musicale numérique. Ici au quartier Agoungou à Libreville (Owendo)	239
Photographie n^o 46 : Un « mbandja » de traditions punu au PK 12 (Libreville)	254
Photographie n^o 47 : Un « mbandja » de traditions fang au quartier Mindoubé II, Libreville	254

Index des schémas

Titres des schémas	Pages
Schéma n° 1 : Organigramme de Gabon Télévision	91
Schéma n° 2 : Typologie des émissions	126
Schéma n° 3 : Les horaires et la problématique du temps de diffusion	128

Index des tableaux

Titres des tableaux	Pages
Tableau n° 1 : La culture comme identité	49
Tableau n° 2 : La culture comme croyances et traditions ancestrales	49
Tableau n° 3 : La culture comme création	50
Tableau n° 4 : La culture comme identité	51
Tableau n° 5 : La culture comme croyances et traditions	52
Tableau n° 6 : La culture comme création	52
Tableau n° 7 : Culture télévisuelle comme techniques et pratiques journalistiques	67
Tableau n° 8 : Culture télévisuelle comme contenus médiatiques	68
Tableau n° 9 : Opérationnalisation des programmes par rapport au triptyque du service public	110
Tableau n° 15 : Grille de 1972	115
Tableau n° 16 : Grille de 2013	116
Tableau n° 17 : Grille de 2015	117
Tableau n° 18 : Réalité du visionnage de la programmation de Gabon Télévision en 2016	118
Tableau n° 19 : Tableau comparatif des volumes de diffusion en 1972, 2013,	119

2015 et 2016

Tableau n° 20 : Réponses des acteurs médiatiques estimant que Gabon Télévision diffuse la culture	129
Tableau n° 20 bis : Réponses des acteurs médiatiques estimant que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture	130
Tableau n° 21 : Réponses des hommes politiques et autres personnalités publiques estimant que Gabon Télévision diffuse la culture	131
Tableau n° 21 bis : Réponses des hommes politiques et autres personnalités publiques estimant que Gabon Télévision ne diffuse pas la culture	132
Tableau n° 22 : Effectif de la population résidente au Gabon en octobre 2013	150
Tableau n° 23 : Répartition de la population par zone d'habitation	151
Tableau n° 24 : Répartition de la population résidente du Gabon par province selon le sexe et la densité	152
Tableau n° 25 : Estimation du temps et de la distance parcourue au cours de l'enquête de terrain	175
Tableau n° 26 : Répartition des questions et réponses du questionnaire par thème retenu	191
Tableau n° 27 : Statistiques des fiches d'enquête répartie par province	193
Tableau n° 28 : Répartition des fiches d'enquête après rejet des formulaires mal renseignés	194
Tableau n° 29 : Décompte des réponses complètes	199
Tableau n° 30 : Décompte des réponses partielles	199

Tableau n° 31 : Identification des enquêtés par sexe	204
Tableau n° 32 : Identification des enquêtés par tranches d'âge	204
Tableau n° 33 : Identification des enquêtés ayant un poste téléviseur	205
Tableau n° 34 : Identification des enquêtés en fonction de la réception du canal de réception (analogique ou numérique)	206
Tableau n° 35 : Identification des enquêtés en fonction du temps passé devant l'écran de télévision	206
Tableau n° 36 : Répartition des personnes qui captent ou pas Gabon Télévision	207
Tableau n° 37 : Population des personnes qui regardent Gabon Télévision	208
Tableau n° 38 : Répartition des personnes enquêtées en fonction des programmes	209
Tableau n° 39 : Répartition des personnes enquêtées en fonction des émissions culturelles suivies	210
Tableau n° 40 : Classement des émissions culturelles citées	211
Tableau n° 41 : Les contenus des émissions culturelles définis par le public	211
Tableau n° 42 : Les publics de Gabon Télévision définis par le public	213
Tableau n° 43 : Les enquêtés et l'attractivité des émissions de Gabon Télévision	215
Tableau n° 44 : Les enquêtés et l'attractivité des décors et plans des émissions de Gabon Télévision	216
Tableau n° 45 : Les enquêtés et la perception du professionnalisme journalistique à Gabon Télévision	218
Tableau n° 46 : Les enquêtés et la qualité journalistique des émissions de Gabon Télévision	218

Tableau n° 47 : Les enquêtés et leur niveau de satisfaction	218
Tableau n° 48 : Temps de la construction du jugement critique	220
Tableau n° 49 : Temps de la construction du jugement critique	221
Tableau n° 50 : Répartition par province des fiches dites à « réponses partielles »	223
Tableau n° 51 : Volume par province des fiches d'enquête à « réponses partielles »	223
Tableau n° 52 : Composition du panel de personnes ayant répondu partiellement aux questions	224
Tableau n° 53 : Nombre de personnes (par tranche d'âge) ayant répondu partiellement aux questions	224
Tableau n° 54 : Répartition du panel à partir de la détention d'un poste téléviseur	225
Tableau n° 55 : Distribution des enquêtés à partir l'abonnement aux bouquets numériques	256
Tableau n° 56 : Distribution des enquêtés en fonction du temps mis devant la télévision	227
Tableau n° 57 : Les enquêtés face aux signaux (numérique et analogique) de Gabon télévision	228
Tableau n° 58 : Distribution des enquêtés en fonction du temps mis devant la télévision	229
Tableau n° 59 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés	230
Tableau n° 60 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés	232
Tableau n° 61 : Classement des émissions culturelles citées	232
Tableau n° 62 : Distribution du panel en fonction des programmes préférés	233

Tableau n° 63 : Distribution du panel en fonction des publics supposés de Gabon Télévision	234
Tableau n° 64 : Répartition par genre des enquêtés	236
Tableau n° 65 : Répartition des enquêtés par tranche d'âge	237
Tableau n° 66 : Classement des enquêtés en fonction de l'acquisition d'un poste téléviseur	237
Tableau n° 67 : Classement des enquêtés en fonction de la possession d'un abonnement à la télévision numérique	240
Tableau n° 68 : Classement des enquêtés en fonction des heures mises devant le poste téléviseur	241
Tableau n° 69 : Classement des enquêtés en fonction de la réception de Gabon Télévision	242
Tableau n° 70 : Classement des enquêtés en fonction de leur fidélité à Gabon Télévision	243
Tableau n° 71 : Les enquêtés et les programmes de Gabon Télévision les plus suivis	245
Tableau n° 72 : Les enquêtés et les programmes culturels de Gabon Télévision	247
Tableau n° 73 : Les enquêtés et les programmes culturels de Gabon Télévision	248
Tableau n° 74 : Quel public pour de Gabon Télévision ?	249
Tableau n° 75 : Les émissions de Gabon Télévision appréciées par les enquêtés	250
Tableau n° 76 : Les décors et plans de Gabon Télévision appréciées par les enquêtés	252
Tableau n° 77 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction des	259

prestations des présentateurs d'émissions

Tableau n° 78 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction de leur attente	260
Tableau n° 79 : Classement de l'opinion des enquêtés en fonction de leur satisfaction	262
Tableau n° 80 : Le temps et la formation du jugement des enquêtés	264
Tableau n° 81 : Le temps et la formation du jugement des enquêtés	266
Tableau n° 82 : Les émissions culturelles les plus citées par les enquêtés	339
Tableau n° 83 : Nomenclature des activités professionnelles des publics	378

TABLE DES MATIERES

Exergue	9
Dédicaces	10
Remerciements	11
Liste des abréviations, des sigles et des acronymes	13
Avant-propos	14
INTRODUCTION GENERALE	15
<i>Enjeux : communication, médias et culture</i>	<i>16</i>
<i>Problématisation : Quelle « culture » à la télévision ?</i>	<i>19</i>
<i>Hypothèses</i>	<i>23</i>
<i>Cadre de référence théorique</i>	<i>25</i>
<i>Objectifs</i>	<i>30</i>
<i>Méthodologie</i>	<i>30</i>
<i>Délimitation du sujet</i>	<i>32</i>
PREMIERE PARTIE : Culture et Télévision publique gabonaise.	
Approche(s) de la culture et en sciences humaines et sociales, au Gabon et à la Télévision	
Introduction première partie	34

Chapitre I. Approche communicationnelle de la culture au Gabon	36
1.1. La notion de culture dans quelques sciences humaines et sociales	37
1.1.1. Culture et socio-anthropologie	37
1.1.2. Conceptions de la « culture » au Gabon : La « culture » dans l'espace public	43
1.2. La culture selon quelques auteurs et universitaires gabonais	43
1.3. Une « culture nationale » Gabonaise : points de vue officiels et historiographies	46
1.4. Conceptions actuelles de la culture par les professionnels du domaine	48
1.5. Définitions de la culture selon quelques acteurs médiatiques du Gabon	49
1.6. Définitions de la culture selon quelques Hommes politiques et personnalités publiques	51
1.7. Les pratiques culturelles des Gabonais	54
Chapitre II. Approche(s) de la culture télévisuelle en Sciences de l'Information et de la Communication et chez les professionnels des médias	64
2.1. Querelles de paradigme et de perceptions autour la culture à la télévision	64
2.1.1. La culture et l'approche des professionnels des médias	66
2.1.2. La culture de la et/ou à la télévision à Gabon Télévision	67
2.2. L'émission culturelle	70

Chapitre III. Les télévisions publiques et leurs rapports aux sociétés, aux politiques et à la culture	73
3.1. Télévision, société et information	73
3.2. Télévision publique et politique	75
3.3. La télévision nationale gabonaise : histoire, institutions et cadre juridique	78
3.3.1. Naissance et missions du média	78
3.3.2. Cadre juridique de la télévision gabonaise. Etat, société et citoyenneté	81
3.3.3. Le Conseil National de la Communication	85
3.3.4. Les limites du cadre juridique	87
3.4. Le Conseil National de la Communication et le service public culturel	89
3.5. L'organisation administrative de Gabon télévision.....	91
Chapitre IV. La programmation à Gabon Télévision : stratégie ou « pilotage à vue » ?	94
4.1. Programme et programmation : approches définitionnelles en SIC	94
4.2. Les différents types de programmes	95
4.2.1. Les programmes du modèle de flot	95
4.2.2. Les programmes du modèle éditorial	95
4.3. Du programme à la programmation : les enjeux des contenus télévisés	96
4.3.1. Caractéristiques générales de la programmation d'une chaîne de télévision	98
4.3.2. Les mécanismes et contraintes de programmation d'une chaîne de	

télévision	100
4.3.3. L'élaboration d'une grille de programmes	101
4.4. La programmation au sein de Gabon Télévision	104
4.4.1. Programmation et concurrence au Gabon	105
4.4.2. Programmation et service public au Gabon	105
Chapitre V. La place de la culture à Gabon Télévision	107
5.2. Méthodologie de l'analyse de contenu	109
5.1.1. Analyse de contenu des grilles de programmes : le corpus	110
5.1.2. Du codage au décompte	110
5.2. Analyse des grilles de programmes	111
5.3. Catégorisations	114
5.3.1. Catégorisation des émissions recensées	116
5.3.2. Comparaison des volumes horaires	120
5.4. Analyse interprétative	121
5.4.1. Premier niveau d'analyse	122
5.4.2. Deuxième niveau d'analyse : culture et contenus culturels des programmes	125
5.5. Classification des émissions culturelles et grille d'analyse de programmation	126
5.5.1. La culture et la programmation à Gabon Télévision	126
5.5.2. « Gabon télévision diffuse-t-elle de la culture ? »	130
Conclusion Première partie	137

**DEUXIEME PARTIE : L'enquête de terrain : à la rencontre des
téléspectateurs gabonais, approche
statistique**

Introduction deuxième partie	144
------------------------------------	-----

**Chapitre VI. « Conditions de réalisation d'une enquête itinérante
à travers le Gabon » 147**

6.1. Le Gabon en quelques images	147
6.1.1. Situation géographique en Afrique	147
6.1.2. Bref aperçu de l'Histoire Gabonaise	150
6.1.3. Quelques données démographiques	152
6.1.4. Données de l'économie gabonaise	161
6.1.5. Diversité écologique, géographique et espaces de peuplement : concentration sur la capitale	170
6.2. Une enquête en immersion au cœur du Gabon profond	174
6.3. Gabon Télévision, un média du service public gabonais ?	180
6.4. L'enquête : présupposés et stratégie de la recherche	189
6.4.1. Le terrain d'enquête : un espace historiquement lié et démographiquement homogène	190
6.4.2. Le formulaire d'enquête : organisation et logique interne	192
6.4.3. Formulaire d'enquête et communication	198
6.4.4. Le renseignement des données et ses difficultés méthodologiques et techniques	199
6.4.5. Des difficultés rencontrées au cours du dépouillement des données	200

Chapitre VII. Les Gabonais face à Gabon Télévision : Résultats	
globaux de l'enquête	204
7.1. Les données statistiques des fiches complètement renseignées	204
7.1.1. L'identification des enquêtés	205
7.1.2. Les programmes culturels et les enquêtés	207
7.1.3. Les programmes télévisuels et la culture	211
7.1.4. Attractivité des contenus médiatiques	217
7.1.5. Les présentateurs	217
7.1.6. La chaîne évaluée par son public	221
7.2. Les données statistiques des formulaires d'enquête partiellement renseignés	224
7.2.1. Structure et composition du panel	226
7.2.2. Les programmes culturels	228
7.2.3. Accointances et divergences	231
7.2.4. Les publics de Gabon télévision décrits par les enquêtés	235
7.3. Approche globale des populations enquêtées : des téléspectateurs assez critiques et exigeants	237
7.3.1. Principes méthodologiques d'assemblage des données statistiques	237
7.3.2. Résultats des statistiques assemblées	238
7.3.2.1. L'identité des enquêtés	238
7.3.2.2. Les enquêtés possèdent-ils tous un poste téléviseur ?	24
7.3.2.3. L'abonnement aux bouquets numériques	239
7.3.2.4. Les enquêtés et le temps consacré à la télévision	241

7.3.2.5. L'accès à la télévision	242
7.3.2.6. L'assiduité aux programmes de Gabon Télévision	243
7.3.2.7. Les programmes préférés	245
7.3.2.8. Les émissions culturelles	247
7.3.2.9. Les présentateurs	260
7.3.2.10. Les enjeux des émissions et les prestations professionnelles	262
7.4. Evaluation de la chaîne	265
7.4.1. Les enquêtés et le temps de formation du jugement	265
7.4.2. L'évaluation des programmes de Gabon Télévision par les enquêtés	267
Conclusion deuxième partie	269

**TROISIEME PARTIE : Les paradoxes de la culture à la télévision
gabonaise : approche socio-sémiotique**

Introduction troisième partie	273
-------------------------------------	-----

Chapitre VIII. Les émissions culturelles et les publics :

l'émergence d'un écart pragmatique.....	277
8.1. La réception de Gabon Télévision par ses publics : enjeux et problématiques	278
8.1.1. Méthodologie et interprétation des données statistiques : principes de base	280
8.1.2. La réception : une construction des sciences sociales en mobilité constante.....	281

8.1.2.1. L'usage de la télévision et ses gratifications	282
8.1.2.2. Le pauvre, sa culture, les textes médiatiques et les méthodologies d'analyse sociologique des médias	283
8.1.2.3. Le public : une préoccupation « obsédante » des sciences sociales contemporaines	284
8.1.2.4. Le public réinterprété : réception et appropriation des contenus médiatiques (culturels)	286
8.2. Approche sémio-pragmatique des émissions culturelles. Le cas <i>Agora</i>	291
8.2.1. Sémio-pragmatique et significations : comprendre les médias à partir de l'œil du récepteur	292
8.2.1.1. Sémio-pragmatique et communication : approche méthodologique	293
8.2.1.2. La réception du point de vue des publics : la sémio-pragmatique et le « patchwork » sémiotique de la réception	295
8.3. <i>Agora</i> , une émission de débat qui « diffuse » la culture ?	298
8.3.1. Les programmes télévisés et les genres journalistiques	299
8.3.2. Le temps et la télévision : critique de l'émission <i>Agora</i>	307
8.4. <i>Agora</i> : une émission omniprésente du PAG	310
8.4.1. <i>Agora</i> et la culture vue sous l'angle des pratiques professionnelles	311
8.4.2. <i>Agora</i> et les sujets de débat	314
8.4.3. Les invités du plateau télévisé	316
8.4.4. La culture dans l'émission <i>Agora</i> : analyse d'un « point de vue »	317
8.4.5. Des références convoquées pendant une émission	318

8.4.6. <i>Agora</i> et la médiation culturelle	320
Chapitre IX. Une communication « préoccupée »	332
9.1. La communication « préoccupée » : essai de définition	332
9.2. Les langages inconciliables et la Babel de la concorde	335
9.3. Les publics et la communication « préoccupée »	337
9.3.1. Gabon Télévision et ses publics : une non-communication ?	337
9.3.2. Statistiques et ses significations contextuelles	341
9.4. La « compétence communicationnelle » et la logique de production textuelle	342
9.5. Le JT : une réunion invisible qui fait l'unanimité	346
9.5.1. L'espace communicationnel et ses contraintes discursives	347
9.5.2. Le JT de Gabon Télévision : entre réalité fictionnelle et fable du réel	349
9.5.3. « Débats » : un « personnage médiatique » central dans le système médiatique gabonais	358
Chapitre X. Gabon Télévision, son public et les téléspectateurs	361
10.1. Les publics à la recherche des contenus culturels	363
10.1.1. Les réalisateurs et producteurs de Gabon Télévision et la notion de public	363
10.1.2. Les publics perçus par les producteurs et les réalisateurs	365
10.1.3. Les journalistes de Gabon Télévision, leurs responsables et la notion de public	369
10.1.4. Les intellectuels, les hommes politiques et les membres de la société civile face à la notion de public	373

10.1.5. Le public : une notion encore en devenir	378
10.2. Le public révélé par l'enquête de terrain	379
10.2.1. Classement des publics gabonais à partir de l'enquête de terrain	380
10.2.2. Des publics aux profils divers	383
10.2.3. Des téléspectateurs d'horizons différents : la diversité des modes d'accès à Gabon Télévision	384
10.3. « A la recherche » des publics perdus : Gabon Télévision et la « communication préoccupée »	389
10.3.1. Ce que femme veut, Gabon Télévision le cède-t-il ?	390
10.3.2. Gabon Télévision et les jeunes : un pari presque (?) perdu	393
10.3.3. Les personnes âgées « à la recherche » d'une chaîne publique nationale	395
Conclusion Troisième partie	398
CONCLUSION GENERALE	403
<i>Théorisation de l'objet : une culture télévisuelle étatique</i>	<i>404</i>
<i>L'utopie d'une régulation</i>	<i>410</i>
<i>L'objet en pratique</i>	<i>411</i>
<i>Culture et télévision : quelles perspectives ?</i>	<i>415</i>
BIBLIOGRAPHIE	426
INDEX	445

RESUME

La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions publiques africaines. L'expérience gabonaise

L'analyse de la diffusion des contenus culturels de Gabon Télévision permet de comprendre son fonctionnement, son organisation programmatique, son rapport aux publics et permet d'évaluer ses relations aux téléspectateurs-citoyens ainsi que la réception en termes d'attentes et de besoins.

La qualité et la quantité des programmes culturels (nationaux) diffusés sur la chaîne publique gabonaise nourrissent ce questionnement : Comment l'Etat ou le gouvernement *via* Gabon Télévision conçoivent-ils la culture ? La télévision publique gabonaise remplit-elle sa mission de service public (culturel) ? Au plan théorique, ces interrogations conduisent à réfléchir sur les conditions méthodologiques qui puissent en rendre les réponses pertinentes et crédibles. Au plan de l'analyse, on en vient à tirer les conséquences logiques quant à la connaissance des publics de Gabon Télévision et aux conditionnalités qui pourraient rétablir la communication entre producteurs de contenus publics, programmeurs et récepteurs de cette chaîne.

Mots-clés : Afrique, culture, diffusion, Gabon, télévision, publics.

ABSTRACT

The Production and Broadcast of Culture on African Public TV Channels. The Gabonese experience

The analysis of the distribution of cultural contents by Gabon Television makes it possible to understand its operation, its programmatic organization, its perception by the public and also to evaluate its relations to the viewers-citizens as well as the reception in terms of expectations and needs.

The quality and quantity of the (national) cultural programs broadcast on the Gabonese public channel, lead to the following questioning: How does the state or the government- *via* Gabon Television- perceive culture? Does Gabonese public television fulfil its mission of public (cultural) Service? At the theoretical level, these questions lead to reflect on the methodological conditions that can make the answers relevant and credible. In terms of analysis, we come to draw the logical consequences for the insight of Gabon Television audiences and conditionality that could restore communication between producers of public content, programmers and receivers of this channel.

Keywords: Africa, broadcasting, culture, Gabon, television, publics.

