

#UNIVERSITÉSENGHOR

université internationale de langue française
au service du développement africain

L'UTILITE D'UNE CHAINE DE TELEVISION PUBLIQUE SPECIALISEE DANS LA PROMOTION CULTURELLE AU GABON : PROPOSITION D'UNE GRILLE DES PROGRAMMES POUR GABON CULTURE

Présenté par

Aimé Mannix Rachid MONDJOT

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département : Culture

Spécialité : Communication & Médias

le 03 avril 2019

Devant le jury composé de :

Dr. Hdr. Jean-François FAÛ Président

Directeur du Département Culture, Université
Senghor

Dr. Hicham MOURAD Examineur

Coordinateur du Master Relations internationales,
Université française d'Egypte

M. Michel SABA Examineur

Délégué Général du Centre Régional pour les Arts
Vivants en Afrique, UNESCO

Remerciements

Je remercie premièrement le Président de l'Université Senghor, Pr Hany HELAL, pour l'excellent travail de diplomatie qu'il mène chaque année pour le bien-être des étudiants. Un travail au bout duquel l'exonération des frais de scolarité permet à certains, dont moi-même, de profiter de tous les services qu'offre l'institution en dehors comme au sein du campus d'Alexandrie. J'ai eu le grand honneur de l'interviewer dans le cadre d'un programme initié par l'université dénommé « Mémoires de la Francophonie » pour confirmer ce que je pensais de l'homme ;

Egalement, mes remerciements au recteur de l'Université Senghor à Alexandrie, Pr Thierry VERDEL, pour particulièrement la transmission de l'attachement au numérique. Cela m'a permis de découvrir de nouveaux outils que j'ai su utiliser dans le cadre de ma recherche ;

Je témoigne ma reconnaissance envers le Directeur du Département Culture, Dr Hdr Jean-François FAÛ, pour la confiance placée en ma modeste personne tout au long de cette formation. Il m'a notamment invité à me mettre au service de la communauté pour la réussite des événements organisés par le Département. En outre, en trouvant un intérêt particulier au sujet du présent mémoire, il a bien voulu le diriger ;

Aux étudiants du Département Culture, en particulier ceux de la spécialité Communication & Médias avec qui j'ai pris plaisir à « vivre » durant ces deux années académiques; je leur dis *shokran* pour les échanges fructueux durant les travaux de groupes, les séminaires, les récréations, les excursions dans ce si beau pays qu'est l'Egypte ;

Merci à la Direction Générale de la Communication du Ministère de la Communication, de la Poste et de l'Economie numérique du Gabon qui m'a accueilli pour un stage très enrichissant dans le cadre de ma formation. Mes pensées vont à ses responsables, spécialement à monsieur Prosper TONDA, le Directeur Général Adjoint, qui m'a accompagné dans tous les lieux où il fallait se rendre pour collecter les informations utiles. C'est par ailleurs un honneur de l'avoir eu comme co-directeur du présent mémoire ;

Avant de finir, je tiens à remercier les principaux acteurs de l'industrie cinématographique et audiovisuelle du Gabon pour leur participation très importante dans ce travail. Je précise que c'est grâce à madame Patricia OZOUNGUET ONTCHANGALT, Directrice des Programmes à Gabon Télévisions que j'ai pu recueillir leurs avis ;

Enfin, avec grande émotion, je rends grâce à Dieu pour la solidarité sans cesse manifestée par les membres de ma famille que j'ai durement accepté de quitter pour suivre cette formation à des milliers de kilomètres de mon pays. Mon père Louis-Marie MONDJOT, mes grands-frères Rudy MADIBA MONDJOT & Jonick MONDJOT, mes quatre petits-frères Orphée MONDJOT, Gaudry MONDJOT, Louis-Aurol MONDJOT & Steed MONDJOT. Une mention spéciale à ma mère Hortense MADIBA qui a tout fait pour que j'en arrive à ce que le présent document porte ma signature.

Dédicace

Pour le très prometteur « champion », Eliott MONDJOT, mon fils, né en pleine brise printanière alors que je bouclais la moitié de la durée de ma formation à l'Université Senghor à Alexandrie en Egypte.

Pour ne pas entendre autrui dire un jour en guise de regret que les paroles s'envolent tandis que les écrits restent, il interprétera ici le moment venu le témoignage de mon engagement inconditionnel à le soutenir afin qu'il fasse mieux que moi plus tard.

Tel est le contenu de cette dédicace.

Alexandrie (Egypte) le 1^{er} mars 2019 à 1h51min.

Résumé

Le processus de la réforme du paysage audiovisuel public au Gabon semble s'être arrêté quelques mois après le 24 mai 2016 à Libreville, date et lieu du lancement de la chaîne d'informations en continu Gabon 24. Alors que ladite chaîne TV devait précéder une autre qui serait consacrée à la culture, les nombreuses mutations intervenues au sein du Gouvernement de la République ont semble-t-il causé un ralentissement du projet. C'est plus tard que professionnels des médias et population s'apercevront que la machine avait en réalité marqué un arrêt brusque. Cet état des choses brise les espoirs des producteurs indépendants locaux de l'industrie cinématographique et audiovisuelle qui entrevoyaient pourtant un canal de diffusion en permanence de leurs œuvres au niveau national. En effet, ces patrons de sociétés de production audiovisuelle se sont habitués depuis plusieurs années à négocier avec les chaînes des pays étrangers pour le passage sur leurs antennes de leurs films, documentaires, vidéo-clips, enregistrements de grands événements... Cela ne contribue ni à l'expression de la diversité culturelle ni à l'expansion de la création artistique au Gabon. Ainsi, ce travail aborde la problématique de l'utilité de Gabon Culture TV pour la promotion de la culture dans ce pays. Il s'agit de la toute première chaîne TV culturelle dont la phase de lancement est en latence.

La présente recherche entend réorienter les décideurs politiques vers la finalité heureuse de ce grand chantier de morçèlement de l'espace audiovisuel public gabonais derrière lequel se trouve le contentement du public doté de nouvelles antennes. Il s'agit en outre de montrer qu'avec le numérique, les médias ont la possibilité – ou doivent – (de) s'autofinancer.

La recherche s'appuie sur des outils bibliographiques, notamment les publications d'auteurs spécialisés, sur un stage professionnel effectué au sein de l'administration qui est au centre des politiques publiques dans le domaine concerné, sur des prérequis dictés par une connaissance suffisante du milieu de la communication, mais surtout sur une approche mixte qui regroupe les méthodes qualitative et quantitative. Concernant ces deux méthodes, elles ont permis de répondre aux trois hypothèses que nous avons émises. La première méthode donne à préciser que les producteurs sont prêts à collaborer avec la chaîne culturelle en vue de remplir les cases de sa grille des programmes. La deuxième permet de confirmer, dans un premier temps que la population a besoin d'en savoir plus sur le patrimoine naturel et le patrimoine culturel de son pays ; dans un second temps, elle permet non seulement d'admettre que la cible est sceptique parce qu'il s'agit d'un média du service public, mais également de voir qu'elle « espère » toutefois que la chaîne spécialisée sera meilleure que la chaîne généraliste.

C'est à la suite de ces réponses qu'une grille des programmes pour Gabon Culture TV est élaborée et présentée afin de proposer aux porteurs du projet un champ de réflexions. Cette grille est une programmation opérationnelle qui vise à toucher la cible afin de la mettre enfin à l'abri du doute. En supplément, un essai de modèle d'affaire à la chaîne est suggéré.

Mots-clés

Culture, Télévision, Chaîne, Programmes, Producteurs, Public, Financement, Gabon.

Abstract

The reforming process of the public audio-visual landscape in Gabon seems to have stopped a few months after the launch of the news channel Gabon 24 on May 24, 2016 in Libreville. The said TV channel was supposed to precede the creation of another one, which focus would be on culture highlights yet the many changes that have occurred in the Government seem to have slowed down this process to the point that local media professionals and the population are disappointed for they would foresee a means of promoting of Gabon culture locally and internationally. For many years, Gabonese media professionals have been negotiating broadcasting rights with foreign private and public channels for showing their activities such as movies, documentaries, video clips, great events and so on, on their local channels. As a matter of fact, we believe that it neither contribute to the expression of cultural diversity nor to the expansion of artistic creativity. Thus, we would like to raise hereafter the matter on Gabon Culture TV role for the promotion of culture in Gabon.

The present research intends to reorient the political decision-makers towards the happy end of this great project of fragmentation of the public audio-visual space in Gabon which is the contentment of the public (viewers) by endowing it with new channels. It is also a matter of showing that, with the digital media, the media have the possibility - or must - to become self-financing.

Relying on bibliographic tools, particularly publications by specialized authors from the North, on a professional internship in the administration, which is at the centre of the public policies, on prerequisites dictated by a knowledge of the environment, especially on a mixed approach that groups qualitative and quantitative methods we have been able to answer clearly the three hypotheses that we have dealt with. The first method makes it clear that the producers are all ready to collaborate with the channel in order to meet up its programmes. The second confirms that the public needs to know more about both the natural and cultural heritages of their country. In a second step, it allows not only to admit that this same public is sceptical when it comes to a public service media, but also to see that they "hope" that the cultural channel will do better than the previous ones.

Subsequent to the said responses, we propose a programme for Gabon Culture TV that the project sponsors could incorporate. An operational programming aimed at reaching the target group in order to finally put them beyond doubt In addition, we present a test of business model to the management of the same.

Key-words

Culture, Television, Channel, Programming, Producers, Audience, Financing, Gabon.

Liste des acronymes et abréviations utilisés

- AGR : Activités génératrices de revenu
- ANINF : Agence nationale des infrastructures numériques et des fréquences
- ANPAC : Agence nationale de la promotion artistique et culturelle
- ANPI : Agence nationale de la promotion des investissements
- ANPN : Agence nationale des parcs nationaux
- AV : Audiovisuel
- BI : Bien informationnel
- BRAC : Bureau régional de l'OIF pour l'Afrique centrale
- BUGADA : Bureau gabonais du droit d'auteur
- CFI : Canal France International
- CNC : Conseil national de la communication
- CNRTL : Centre national de ressources textuelles et lexicales
- COMILOG : Compagnie minière de l'Ogooué
- DGA : Directeur général adjoint
- DGCOM : Direction générale de la communication
- EPIC : Etablissement public à caractère industriel et commercial
- ESSTIC : Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication
- GAFA : Google, Amazon, Facebook, Apple
- GriPro-GC : Grille des programmes de Gabon Culture TV
- HAC : Haute autorité de la communication
- IFG : Institut français du Gabon
- IGIS : Institut gabonais de l'image et du son
- MIPCOM : Marché international des programmes de communication
- MIP-TV : Marché international des programmes télévisuels
- OIF : Organisation internationale de la Francophonie
- OIT : Organisation internationale du travail
- PSGE : Plan stratégique Gabon émergent
- RAC : Redevance audiovisuelle et cinématographique
- RS : Réseaux sociaux
- RTG : Radiodiffusion télévision gabonaise
- SYPROCOM : Syndicat des professionnels de la communication
- TNT : Télévision numérique terrestre
- TV : Télévision/Télévisuel
- UIT : Union internationale des télécommunications
- UNESCO: Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
- UOB : Université Omar BONGO de Libreville

Table des matières

L'UTILITE D'UNE CHAINE DE TELEVISION PUBLIQUE SPECIALISEE DANS LA PROMOTION CULTURELLE AU GABON : PROPOSITION D'UNE GRILLE DES PROGRAMMES POUR GABON CULTURE	i
Remerciements.....	i
Dédicace.....	ii
Résumé.....	iii
Mots-clés.....	iii
Abstract.....	iv
Key-words.....	iv
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	v
Table des matières.....	vi
Introduction générale.....	1
PREMIERE PARTIE : LA LITTERATURE AU SERVICE DE LA RECHERCHE POUR UNE APPROCHE DEFINITIONNELLE DE LA CULTURE ET DE LA TELEVISION	10
1 Chapitre 1 : Revue de littérature.....	10
1.1 Télévision : origines, évolutions, usages et coût.....	10
1.2 Chaîne de télévision	12
1.3 Le management d'un média audiovisuel	13
1.4 Programmation audiovisuelle.....	13
1.5 Culture et Médiation.....	14
1.6 Promotion culturelle et Télévision.....	16
2 Chapitre 2 : Protocole méthodologique	18
2.1 Les outils bibliographiques	18
2.2 Les questionnaires d'enquête.....	18
2.3 Expérience professionnelle et stage professionnel	19
2.3.1 Expérience professionnelle	19
2.3.2 Le stage professionnel au Ministère de la Communication	20
DEUXIEME PARTIE : « CUTURE & TELEVISION » OU LA PAIRE DES CONSUBSTANTIELLES.....	27
3 Chapitre 3 : Etat des lieux de la Culture et de la Télévision au Gabon	27
3.1 Les Institutions en charge de la culture.....	27
3.1.1 Le Ministère de la culture.....	27
3.1.2 La Direction Générale des industries culturelles	27
3.1.3 Les autres institutions en lien avec la culture	28
3.2 Quelques événements et autres atouts culturels.....	29
3.3 Animation et contrôle de l'espace audiovisuel gabonais.....	35

3.3.1	Le Ministère de la Communication et de l'économie numérique, porte-parole du gouvernement.....	35
3.3.2	Le paysage audiovisuel gabonais avant la réforme de 2011 : les principales chaînes de télévision.....	35
3.4	La réforme de l'audiovisuel public.....	37
3.4.1	La Haute autorité de la communication.....	38
3.4.2	Gabon Télévisions.....	38
3.4.3	La Redevance audiovisuelle et cinématographique.....	38
3.5	Interprétation des données d'enquêtes sur la culture et la télévision au Gabon.....	39
3.5.1	Résultats de l'enquête sur la perception de la culture et de la télévision au Gabon.....	39
3.5.2	Résultats de l'enquête sur l'implication des producteurs ou éditeurs de contenus AV..	43
3.6	Débat sur « la télévision et les enjeux culturels pour le développement du Gabon ».....	45
TROISIEME PARTIE : LE PROGRAMMATEUR, UN AGENT ECONOMIQUE AU SEIN DES CHAÎNES DE TELEVISION.....		49
4	Chapitre 4 : Proposition d'une grille des programmes pour Gabon Culture TV.....	49
4.1	Présentation générale de l'idée.....	49
4.2	Les objectifs de la grille des programmes GriPro-GC 001.....	50
4.3	Les besoins directs pour le fonctionnement de Gabon Culture.....	50
4.3.1	Des équipements.....	50
4.3.2	Des ressources humaines qualifiées.....	50
4.3.3	Du financement.....	51
4.4	La co-conception et la co-production des contenus.....	51
4.5	La cible.....	52
4.6	Constitution de la grille.....	52
4.7	Gestion de l'audience et coût de la grille.....	53
4.8	La grille de programmation GriPro-GC 001.....	53
4.8.1	Légende et interprétation de la grille.....	55
4.8.2	Présentation de la corrélation active entre les acteurs de la chaîne des valeurs induite par la grille 56	
4.9	Essai d'élaboration d'un modèle d'affaire pour la durabilité de Gabon culture.....	57
4.9.1	Modèle économique.....	57
4.9.2	Rafraichissement de la programmation : l'acquisition des programmes.....	57
4.9.3	Stratégie de communication digitale.....	58
4.10	Des obstacles au bon fonctionnement de Gabon culture TV.....	58
Conclusion générale.....		60
Bibliographie.....		x
Liste des illustrations.....		xiv

Liste des tableaux	xv
Annexe 1	xvi
Annexe 2	xviii
Annexe 3 : Festival Gabon 9 Provinces, Libreville 2018	xix
Annexe 4 : Les questionnaires	xx



Figure 1 Cartographie du Gabon et ses frontières
 Source: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/jpg/gabon-2_cle0e9287.jp

Introduction générale

Le Gabon est un pays situé en Afrique centrale. Il couvre une superficie de 267.667 km² avec une population de 1 811 079 habitants, soit une densité de 6,8 habitants au km² avec un taux de croissance démographique de 3,1%¹. La forêt occupe près de 90% de son territoire. Il partage ses frontières avec la République du Congo de l'Est au Sud, au Nord-ouest la Guinée équatoriale, le Cameroun au Nord. Il fait partie des 13 pays au monde traversés par l'équateur² (cf. figure 1). Plus de cinquante communautés ethniques se partagent les terres gabonaises, y compris les Pygmées³ encore appelés peuples autochtones. Celles-ci sont réparties dans les 48 départements des 9 provinces que compte le pays. La langue nationale officielle de travail est le français⁴ qui œuvre pour la promotion des autres langues nationales.

Le champ de potentialités de sa croissance économique est vaste. Sa zone côtière située à l'Ouest, longue de 833 km, l'ouvre notamment au commerce maritime international. En effet, ses deux ports commerciaux (Owendo au Sud de Libreville et Cap Lopez dans la capitale économique Port-Gentil) sont les principales portes d'entrée et de sortie des produits destinés à la consommation ou à la transformation. La population gabonaise fait partie des sociétés de consommation des pays du monde. Par exemple, le vêtement, les appareils électroniques et même certains produits vivriers sont importés. Ce qui permet de fixer l'économie gabonaise c'est la rente pétrolière car le Gabon est le 5^{ème} pays exportateur de pétrole en Afrique. Le fioul représente 80% des exportations, 45% du PIB et 60% des recettes budgétaires⁵. De ce fait, la bonne tenue des caisses de l'Etat dépend en grande partie des cours mondiaux du pétrole.

En dehors de l'or noir, d'autres secteurs d'activités tels que le bois et les mines permettent au Gabon de faire marcher son économie. Depuis l'année 2010, le bois du Gabon subit une première transformation sur place avant d'être exporté. La Compagnie minière de l'Ogooué (COMILOG), basée dans la petite ville suet de Moanda, est le 2^{ème} producteur mondial de minerai de manganèse à haute teneur⁶. Le Gabon, c'est un sous-sol riche qui, de prime abord peut laisser entendre que le pouvoir d'achat des ménages est constamment en hausse. Pourtant, une étude du cabinet de conseil McKinsey effectuée en 2013 montrait que 30% des ménages étaient économiquement faibles⁷. Sur un autre plan, l'Organisation internationale du travail (OIT) fixe à 30% le taux de chômage de la population active en faisant ressortir que le problème du renouvellement des générations au travail peine à suivre son cours normal. Dans cette configuration, les jeunes sont les plus frappés par le manque d'emploi. Mais, le gouvernement, pour sa part, évoque plutôt l'inadéquation entre la formation l'emploi. Cela n'empêche pas de relever que 35% des jeunes diplômés sont au chômage.

Les politiques publiques pour résorber le chômage au Gabon pour cibler le secteur dit « informel » En effet, il n'y est pas tout à fait encadré si bien qu'il regroupe un ensemble de corps de métiers. En dehors

¹ PNUD (2018) Programme des Nations Unies pour le Développement, www.ga.undp.org, consulté le 13 juillet 2018.

² CAPRAIS, Juliette, « Quels sont les pays traversés par l'équateur », education.toutcomment.com, consulté le 22 juillet 2018.

³ UNESCO (2013) Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Etude sur développement des médias au Gabon, en ligne.

⁴ Constitution du 23 juillet 1995, Article 2.

⁵ Banque Mondiale, www.banquemondiale.org, juin 2018, consulté le 13 août 2018.

⁶ COMILOG, www.eramet-comilog.com, consulté le 18 décembre 2018.

⁷ Ministère du Commerce, Projet d'appui à la lutte contre la pauvreté au Gabon, 2015, en ligne.

des petits commerces développés çà et là par de très petites entreprises, plusieurs activités économiques liées à la culture sont exercées par la population. Cela revient à dire qu'il existe une économie de la culture qui tend à se dynamiser. Le tourisme écologique ou de masse tout comme la diversité culturelle et naturelle sont des atouts qui ne sont pas suffisamment considérés comme des secteurs capables de créer de la richesse. Le Gabon présente effectivement un paysage naturel attrayant : le climat y est tropical (chaud et humide), son relief est composé de savanes, d'étendus d'eaux avec de nombreuses cascades et des collines, l'artisanat d'art est une caractéristique de la société créative gabonaise. C'est un tout qui constitue un patrimoine national, un vivier d'emplois qu'il faudrait faire découvrir aux populations locales mais aussi en dehors du territoire national. Autrement dit, il y a un travail de communication publique qu'il convient de mener.

La télévision ainsi que les autres médias traditionnels et ceux dits « nouveaux » doivent œuvrer pour informer le grand public de l'existence d'un autre champ d'activités que l'on peut considérer comme une niche. Ils se doivent de montrer la diversité culturelle comme une ressource capable de créer de l'emploi et la richesse. Par exemple, la production de documentaires sur la faune et la flore gabonaises participerait à donner une meilleure visibilité au pays à l'échelle mondiale. Pour illustration, la forêt du Bassin du Congo (deux millions d'hectares) qui intègre celle du Gabon est considérée comme le poumon de la planète en termes de biodiversité au moment où la conservation de la nature est un sujet d'intérêt mondial. La diversité biologique animale et végétale de la forêt gabonaise intéresse les chercheurs et même les producteurs de contenu audiovisuels et cinématographiques du monde. Il s'agirait aussi de faire la promotion des 13 parcs nationaux et des 8 parcs marins protégés du pays. Dans le même ordre, on pourrait aussi envisager des reportages sur le musée national des arts, rites et tradition de Libreville pour magnifier l'artisanat d'art national et révéler au grand public l'histoire du Gabon. La société de création gabonaise, ce sont aussi les artistes musiciens, comédiens, conteurs, écrivains, les cinéastes...

Quoique la limite statisticienne ne permette pas de mieux étudier et comprendre le contexte, il apparaît que la socio-économie de la culture n'est perçue encore que comme un ensemble d'activités d'intérêt personnel. Cela peut expliquer la faible place qu'occupe le volet culture dans la programmation budgétaire établie par l'Etat chaque année. La culture comme loisir ; la culture pour acquérir de la notoriété ou pour faire partie du cercle restreint des stars. Les médias, dans leur mission d'éduquer, ne traitent que très peu de culture dans leurs journaux et programmes. Serait-ce parce les hommes et les femmes, praticiens, ne s'y intéressent pas assez ou ne sont pas suffisamment outillés pour mieux l'aborder ? Dans la même ligne, la question fondamentale du droit d'auteur et des ayants droit est débattue avec beaucoup de légèreté. Or, avec le numérique, il se trouve que les approches ont changé et contraignent les spécialistes à appliquer les nouvelles pratiques en matière de circulation des biens et services culturels. Mais, ces évolutions semblent être pour le moment incomprises au Gabon, c'est le moins que l'on puisse dire. Là aussi, le manque de communication est quelque peu responsable du retard qu'accuse la société gabonaise dans la course officieuse à l'acquisition des nouvelles techniques et à l'accès aux nouveaux outils du numérique entre les pays de la sous-région Afrique centrale. Cette nature distante des rapports entre la culture et les médias traditionnels au Gabon peut trouver ses origines dans l'histoire politique du pays.

Effectivement, après la Conférence nationale de 1990 ayant conduit au pluralisme des médias, les nouvelles chaînes de radio et de télévision qui se sont créées orientent aussitôt leurs programmations

vers le débat politique contradictoire. Cela a été le cas de Radio Liberté (*La voix de la liberté et de la libération*) apparue le 1^{er} mars 1993. Ses programmes, parfois traduits en langues nationales⁸ pour toucher toutes les communautés, s'attaquent directement au pouvoir en place. Une confrontation d'idéologies politiques appuyée par d'autres médias privés va alors prendre tout l'espace audiovisuel. Une opposition qui a toujours tourné en faveur de la Radiodiffusion télévision gabonaise (RTG 1 ou 2)⁹ le « média d'Etat » et seule chaîne publique du moment. Les téléspectateurs profitaient toutefois d'une série de programmes à forte vocation culturelle tant les autorités militaient vivement pour la conservation des valeurs traditionnelles. Certaines des chaînes privées ont payé le prix fort de leur engagement en ce sens où des sanctions les ont poussées à fermer¹⁰, provisoirement pour les unes et définitivement pour les autres.

Pendant plusieurs années la diffusion de la culture en télévision a été vue comme la simple valorisation des rites à travers la danse traditionnelle, le conte, la musique, la promotion des langues nationales à travers des proverbes et même des communiqués officiels en langues du terroir. A ce propos, la frontière avec le divertissement est restée étroite dans l'entendement de l'opinion nationale, en particulier les jeunes. On peut observer que la demande de cette tranche de la population a toujours été comblée par une offre quantitative d'émissions TV de culture urbaine (*hip hop*, danse urbaine, graffitis, promotion de l'argot) tel que cela avait déjà été le cas dans les années 1990.

Mais l'irrégularité des grilles de programmes et surtout l'emprise du politique ont éloigné le public vieux et jeune de leurs chaînes de télévision. Selon une étude dirigée localement par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) en 2013 sur la perception des médias par la société,

« Les entretiens menés dans le cadre de l'enquête de terrain auprès de personnalités de la société civile, d'étudiants et de fonctionnaires, laissent apparaître une forte défiance du public vis-à-vis de la véracité et l'exactitude de l'information présentée dans les médias aussi bien publics que privés. »¹¹

On peut en déduire que la prépondérance du débat politique sur les chaînes de télévision a entraîné la banalisation de la culture dans la conscience collective. Cela serait également responsable de la dérision du public à l'égard des professionnels des médias et partant des chaînes publiques. De façon spécifique, les limites observées au niveau du management de ces chaînes (modèle d'affaire et stratégie de communication) ont affaibli considérablement leur pouvoir sur la population. Les programmes de la RTG 1 et de la RTG 2 sont considérés comme « une misère » par les téléspectateurs. Les deux chaînes TV du service public créées respectivement en 1963 et 1977 ne font plus l'unanimité. C'est en cela que se résument les griefs qui leur ont été faits jusqu'à la fin de la première décennie des années 2000.

⁸ Entrevue réalisée en présentiel avec Raymond MAYER, Anthropologue, Professeur des Universités, Réalisateur, Fondateur de l'Université Franco-Gabonaise Saint-Exupéry, Libreville, le 30 août 2018.

⁹ Entrevue réalisée en présentiel avec Prosper TONDA, Journaliste, Directeur Général Adjoint de la Communication, Ministère de la Communication: « *La RTG a été créée le 09 mai 1963. Elle devint RTG1 après la création de la RTG2 en 1977* », Libreville, le 22 juin 2018.

¹⁰ France 24, « L'émetteur de la chaîne de l'opposant André Mba Obame vandalisé », www.france24.com, consulté le 20 décembre 2018.

¹¹ UNESCO (2013), Etude sur le développement des médias au Gabon, en ligne.

Face au rejet des chaînes TV publiques gabonaises par la population, le gouvernement a décidé en 2011 de procéder à une réforme de l'audiovisuel public. Cette décision se traduit par la création de trois sociétés avec des missions spécifiques de service public. Il s'agit du Groupe Gabon Télévisions¹² en remplacement de l'existant. Gabon Télévisions est décrété établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC). Il se compose notamment de Gabon 1^{ère}, Gabon 24 et Gabon Culture TV. La mise en œuvre de ces décisions a pris effet en juillet 2012. Si un décret modifiant le statut juridique de Gabon 24, la première chaîne gabonaise d'informations en continu, a officialisé sa sortie de cette concentration de chaînes TV en février 2019, le lancement de la troisième chaîne du groupe et première chaîne culturelle est toujours attendu. En effet, depuis la mise en route de cette réforme, trois ministres de la Communication se sont déjà succédés mais cette société n'a toujours pas été lancée et ne fonctionne donc pas. Il y a donc comme un délaissement de ce vaste projet pourtant bien accueilli par, d'abord, le public, les professionnels ensuite et, enfin, les acteurs culturels. C'est principalement ce dernier point d'orgue qui nous conforte dans le choix du thème de notre étude : L'utilité d'une chaîne de télévision publique spécialisée dans la promotion culturelle au Gabon : Proposition d'une grille des programmes pour Gabon Culture.

Contexte de l'étude

La mondialisation, soutenue par le *tsunami* du numérique, permet au pays du Sud d'envisager l'accélération de leur croissance économique. Les modes de consommation de la société gabonaise en particulier ont de fait été bouleversés. Cela est d'autant plus vrai que le désir d'obtenir un nouveau bien ou service culturel s'accroît en même temps que ce peuple découvre les nouvelles techniques d'accès au bien ou service désiré. C'est à ce titre que la télévision, elle-même industrie culturelle, doit viser à satisfaire le téléspectateur devenu exigeant, sélectif, qui commence à faire le distinguo entre l'offre des chaînes de la TNT (télévision numérique terrestre), du câble et de la vidéo à la demande. Plus encore, avec la multiplication des écrans par foyer, le téléspectateur est libre d'opérer un choix et de se passer de la télévision pour accéder à ses programmes préférés au lieu et au moment qu'il souhaite via son *smartphone* ou sa tablette.

Du point de vue économique, le rapport entre la télévision, l'audience et le coût des programmes apparaît comme une fixation pour les managers des sociétés médiatiques audiovisuelles. L'Etat, en tant que garant du bien-être social, doit permettre aux sociétés médiatiques qui produisent de contenus de s'arrimer aux nouvelles normes fixées par l'institution internationale de référence qu'est l'UIT (l'Union internationale des télécommunications) afin de bien tirer profit de l'exploitation qui en sera faite.

La culture n'est donc plus simplement ce qui demeure en l'homme lorsqu'il a tout oublié (Emile Henriot, 1889-1961). Elle revêt un caractère économique en ce sens qu'elle se compose d'un ensemble d'activités qui mettent l'homme au centre et donnent une valeur marchande à la créativité artistique¹³. C'est l'une des raisons pour lesquelles elle intéresse les Etats; ceux-ci lui ouvrent un champ et

¹² Décret n°0725/PR/MCPEN du 21 juin 2011 portant création de Gabon Télévisions.

¹³ LERICHE, Frédéric, SCOTT, Allen J., « L'économie culturelle et ses territoires : quels enjeux ? », *L'économie culturelle et ses territoires*, Toulouse, 2010, p.19

connaissent une dissémination de son industrialisation.¹⁴ La culture est un élément figuratif des sciences humaines et sociales¹⁵. Selon l'UNESCO,

« *La culture est un ensemble de caractéristiques distinctives spirituelles et matérielles, intellectuelles et émotionnelles qui définissent une société ou un groupe social* ».¹⁶

Or, l'un des rôles d'une chaîne de télévision est la légitimation de la société¹⁷ à qui elle donne une identité. Au professionnel de lui donner en retour du sens et de la valeur en élaborant des programmes intéressants, en considération des fluctuations du marché.

Notre thème jette donc son dévolu sur la télévision qui est un outil de la diffusion des informations voulues et attendues par le public. Son pouvoir de montrer et de démontrer à l'aide d'images et de commentaires la place au-dessus des autres médias traditionnels. En cela, le lancement de la toute première chaîne gabonaise spécialisée en culture doit être vu comme le meilleur moyen d'aider la population gabonaise à s'identifier et à faire la différence entre la culture au sens anthropologique et la culture dans sa dimension économique parce qu'elle participe à la croissance économique. Cette chaîne, en respectant les missions fondamentales d'informer, d'éduquer et de divertir, doit permettre aussi une interaction des acteurs impliqués dans la promotion de la culture. Il s'agit des managers de la chaîne, des producteurs, des distributeurs, de la société civile, des ONG et Associations, des institutions internationales, du public, etc.

Justification

Nous avons choisi notre thème pour trois grandes raisons. D'abord, celles qui sont purement personnelles (subjectives), ancrées essentiellement à la profession de journaliste. Ensuite, les raisons d'ordre structurel. Autrement dit, celles qui sont liées aux réalités politiques, économiques et sociales. Enfin, parce qu'une chaîne de télévision, à travers ses programmes, est un outil de diffusion de la diversité culturelle d'un pays et participe activement à la construction de son identité¹⁸. Nous ajouterons pour renforcer ce choix que la télévision donne une « *visibilité imprévisible* »¹⁹ aux acteurs de la culture tapis dans l'ombre.

En tant que journaliste, intéressé par les questions de développement des médias, des industries culturelles et la promotion du patrimoine culturel, nous comptons donner un écho retentissant à la culture au Gabon. Il s'agit d'un défi à relever puisque très peu de professionnels ont acquis des notions inhérentes à l'économie de la culture et des médias. Notre travail entend pour cela stimuler l'action publique de l'Etat afin d'offrir *in fine* aux acteurs culturels un espace de diffusion exclusive, un canal pour la découverte de la création artistique nationale au public. De même, notre thème est un

¹⁴ Le Monde Diplomatique, « Les nouveaux pays industriels », www.monde-diplomatique.fr, consulté le 24 décembre 2018.

¹⁵ BERAMBAÏ, Goidjé, *Patrimoine-école, les enjeux de la médiation culturelle des bibliothèques en direction des jeunes : cas des élèves des écoles secondaires gouvernementales de Ndjamena*, Mémoire de Master Université Senghor d'Alexandrie, mars 2013, p.5

¹⁶ UNESCO (1986), Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, en ligne.

¹⁷ JOST, François, *Comprendre la télévision et ses programmes*, 2^e édition, Paris, 2009, p.33

¹⁸ LE CHAMPION, Rémy, DANARD, Benoît, *Les programmes audiovisuels*, Paris, 2014, p.4

¹⁹ LE GRIGNOU, Brigitte, NEVEU, Erik, *Sociologie de la télévision*, Paris, 2017, p.94

positionnement personnel stratégique en vue d'une possible action conjuguée avec les pouvoirs publics.

Sur le plan structurel, s'il n'existe pas jusqu'à lors un document de politique culturelle nationale, le Plan Stratégique Gabon Émergents (PSGE) en court d'exécution pour sa part ne mentionne la culture nulle part. Il est pourtant le document de référence de l'action du gouvernement. Or, le secteur est non seulement porteur d'emplois, mais cadre-t-il aussi avec le Plan de relance économique (PRE) gabonais qui place les initiatives privées parmi les leviers de la diversification et de la transformation de l'économie²⁰. Cet oubli nous interpelle surtout que la majorité des pays africains ayant bâti leurs espoirs de devenir "émergents" dans les prochaines années ont une politique publique dédiée à la culture.

Pour l'élaboration des grilles des programmes de la chaîne culturelle, le champ de la culture se présente à nous comme une source d'inspiration pour les journalistes. Ce champ regroupe un panel d'activités. Nous partons notamment du principe que la culture fait vivre la télévision²¹. En d'autres termes, elle donne du grain à moudre aux professionnels, souvent exposés à la raillerie populaire du fait d'un manque d'inventivité dans la perspective d'offrir des sujets nouveaux. C'est cette dynamique recherchée de l'offre télévisuelle qui pousse les programmes, et partant la chaîne, à la conquête d'une « *position stratégique dans la réaction en chaîne de couverture entre médias* »²². Le programmeur est donc l'acteur qui lance la chaîne dans une concurrence avec les autres à travers ses choix. Au grand bonheur d'un public en quête de savoir, laissé malheureusement à la portée des offres étrangères.

Problématique

La démocratisation de la création artistique semble être encore loin de se passer dans les pays d'Afrique centrale, au regard des réalités politico-socio-économiques presque identiques. Le Gabon en particulier n'est pas un pays industriel. L'exploitation de son marché ne passe pas encore tout à fait par les techniques d'achat et de vente des biens et services en ligne, à l'exemple de l'eBay aux Etats-Unis. Les médias, en général, particulièrement la télévision, jouent en cela un grand rôle. De la marchandisation du bien jusqu'à la présentation de son créateur/auteur, les médias mettent en relation l'auteur et son produit avec le public. La finalité étant d'établir un rapport de confiance entre l'acteur/producteur culturel et le consommateur. Cependant, un problème central se pose : les acteurs de la culture au Gabon trouvent que ni eux ni leurs œuvres ne sont suffisamment promus à la télévision.

Si certains collent la fin de la création à celle de l'humanité²³, il n'en demeure pas moins que l'information, elle, reste un bien périssable. Autrement dit, elle disparaît ou peut perdre sa valeur avec le temps. Il ne s'agit pas ici de l'information au sens des *news* d'un journal mais plutôt de l'information se trouvant en amont de la présentation d'un bien ou produit culturel à un public. C'est-à-dire

²⁰ PNUD (2018), www.ga.undp.org, consulté le 13 juillet 2018.

²¹ Entrevue réalisée en présentiel avec Raymond MAYER, Anthropologue, Professeur des Universités, Réalisateur, Fondateur de l'Université Franco-Gabonaise Saint-Exupéry, Libreville, le 30 août 2018.

²² LE GRIGNOU, Brigitte, NEVEU, Erik, *Sociologie de la télévision*, Paris, 2017, p.94

²³ Journal de 20H de Gabon 1^{ère} (Reportage), « Spectacle de musique de Martin ROMPAVET au Casino Croisette », Martin ROMPAVET: « *La création n'est jamais finie* », Libreville, août 2016.

l'ensemble des idées et des savoirs qui sont propres aux créateurs, l'idée originale qui constitue le patrimoine du créateur ou de l'auteur. Or, si les médias locaux ne mettent pas en avant les acteurs du secteur culturel, « *le grand rêve de démocratisation de la culture* »²⁴ prendra encore du temps avant de devenir une réalité au Gabon. Le pays manque par la même occasion plusieurs opportunités de se positionner à l'échelle internationale. En ce sens, la télévision gabonaise se doit de traiter de tous les aspects de la culture dans ses composantes matérielle et immatérielle. Et comme la créativité fait appel à la question de la propriété littéraire et artistique, la télévision devrait se charger de faciliter la compréhension de cette notion aux téléspectateurs et aux acteurs culturels débutants. C'est en effet un autre rôle que doit jouer les professionnels d'une chaîne culturelle.

La législation en matière d'encadrement du secteur de la culture est caduque et les institutions en charge de réguler ce secteur sont plutôt passives. La loi sur le droit d'auteur et les droits voisins ou encore celle relative à la protection du patrimoine national culturel ne s'appliquent guère comme il se doit. La première datant de 1987²⁵ donne les pleins pouvoirs à une administration publique qui peinait à fonctionner jusqu'à sa dissolution récente par le ministère de tutelle. Il s'agit du Bureau gabonais du droit d'auteur (BUGADA). La seconde, votée au Parlement en 2010, n'a plus permis un seul classement de site naturel et/ou culturel au patrimoine mondial depuis le dernier en 2007. Ces deux constats montrent non seulement que la culture est reléguée au dernier rang mais annonce aussi des dysfonctionnements au niveau de l'application des politiques publiques sur le terrain. Toutefois, ces difficultés apparaissent comme des d'opportunités pour la chaîne culturelle en vue de lui confier des missions précises de service public. Faut-il également tenir compte de la particularité de la cible vers qui seront orientés les sujets ?

Le public s'intéresse beaucoup plus à la beauté du bien ou du service sans obligatoirement se questionner sur les étapes de la chaîne des valeurs ayant concouru à sa jouissance. De plus, l'internet aide considérablement la cible à s'informer sur les phénomènes se déroulant autour d'elle au détriment de la télévision. Mais cela n'entame en rien le pouvoir de la télévision de façon générale. En effet, la fin présumée de la télévision reste une utopie. Le téléspectateur fait encore recours à son poste téléviseur pour comprendre son environnement surtout dans les pays qui n'ont pas encore fini avec l'installation des dernières technologies de l'information et de la communication. On peut classer le Gabon modestement parmi eux.

Ainsi, dans le cadre de notre étude et dans un souci de procéder par une approche participative en vue d'une amélioration de l'offre de services télévisuels, nous souhaiterions proposer une grille des programmes pour Gabon Culture TV. Il s'agit d'une programmation idéale qui coïncide avec les nouvelles préférences du public tirées d'une observation de ce que proposent déjà les chaînes du câble et des résultats d'une enquête empirique. Le processus de composition de cette grille entend surtout venir en aide à la production audiovisuelle et cinématographique nationale qui est quasiment absente sur les différents canaux existants. C'est ainsi que nous posons la problématique fondamentale suivante : Pour réussir, le projet de mise en fonction de la première chaîne de télévision publique

²⁴ BRUNEL, Patrick, « Démocratisation de la culture », *Etudes*, Tome 416, 2012, p.617

²⁵ Loi n°1/87 du 29 juillet 1987 instituant la protection du droit d'auteur et des droits voisins, en ligne.

gabonaise spécialisée en culture nécessite-t-il l'élaboration d'une grille des programmes qui intègre pleinement la production audiovisuelle nationale ?

Objectifs

De façon générale, notre travail veut montrer au pouvoir exécutif l'importance de poursuivre le projet de la segmentation du paysage télévisuel public. Il entend d'une autre manière l'amener à implémenter une politique publique nationale culturelle. Cela permettrait premièrement de répondre à la demande du public, aujourd'hui touché par la mondialisation qui se caractérise dans ce cas précis par la rapidité des échanges des biens et services de l'information et de la communication. Deuxièmement, cette politique publique qui, en plus de véritablement encadrer, encouragerait la création artistique.

De façon spécifique, il sera question de recenser et faire participer les principales intelligences de la sphère culturelle gabonaise à l'élaboration des programmes télévisés de la toute première chaîne TV dédiée à la culture. Les contenus de ces programmes auront pour mission d'informer mais surtout de sensibiliser les téléspectateurs. Il s'agira de montrer dans les programmes que l'industrie du disque, du livre, du cinéma, de la presse et de l'audiovisuel, de la publicité, l'artisanat d'art, le spectacle vivant, la mode, la préservation du patrimoine naturel et culturel, le sport, sont de plusieurs enjeux pour le développement en général et en particulier de ces filières économiques. Ces enjeux sont notamment sociaux et économiques : « *la culture comme facteur d'intégration sociale et d'apaisement social* ». ²⁶ Il est question aussi de montrer que par la démocratisation de la création artistique, il est possible de réguler le chômage. L'enjeu politique concerne les rapports que le politique entretient avec la population en plaçant la culture entre eux. Enfin, l'enjeu environnemental, parce que l'action culturelle intègre aussi l'utilisation responsable de la nature.

Hypothèses

Dans le cadre de notre étude, nous recherchons une efficacité et une efficience dans toutes les réponses que nous comptons apporter. Ainsi, pour atteindre notre objectif, trois hypothèses vont guider notre recherche et nous disposer à faire face aux possibles difficultés qui pourraient se présenter à notre démarche. Aussi, devraient-elles nous permettre d'envisager des pistes de solutions à mesure que nous évoluerons dans la recherche.

En conséquence, étant donné que le processus de réforme de l'audiovisuel public de 2011 a entraîné la création, entre autres, de la chaîne Gabon Culture, même-si le transfert de compétences est l'ultime tâche qu'il reste à accomplir, nous-nous posons les questions ci-dessous :

- *Une chaîne de télévision à caractère culturel est utile pour le paysage médiatique du Gabon*
- *La programmation de celle-ci doit s'intéresser essentiellement à la promotion du patrimoine naturel et du patrimoine culturel*

²⁶ PFLIEGER, Sylvie, *Economie des industries et des programmes culturels*, cours dispensé à l'Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

- *Les producteurs veulent participer à la composition de la grille des programmes de Gabon Culture TV*

En somme, nous retenons que pour proposer une orientation à la chaîne qui vise à faire accéder la production audiovisuelle et cinématographique gabonaise à la télévision, nous-nous sommes inspirés des enseignements reçus tout au long de notre formation à l'Université Senghor à Alexandrie en Egypte. Aussi, nous avons effectué un stage professionnel au Ministère de la Communication du Gabon, au sein de la Direction Générale de la Communication qui œuvre pour l'amélioration des programmes des médias publics et la mise en œuvre des formalités administratives pour la création des entreprises médiatiques. Au cours de ce stage, nous avons pu mener quelques entretiens avec des personnes ressources, qui des journalistes, qui des spécialistes des sciences humaines et sociales. Avons-nous également utilisé quelques documents généraux, des rapports d'études, des revues scientifiques, des articles de presse et même des reportages. Dans cette démarche, nous n'avons pas manqué de mettre à contribution les acquis de la profession de journaliste qui s'illustre par une connaissance de l'environnement des médias au niveau national. Quelques enquêtes ont meublé de manière précise notre protocole.

Cela dit, il n'a pas toujours été facile d'exécuter certaines de ces tâches. Il eut des informations qui n'ont parfois pas été faciles à obtenir. Parfois n'avons-nous simplement pas pu les recueillir. Or, certaines de ces données auraient été d'une importance capitale non seulement pour contribuer à illustrer nos affirmations mais surtout pour enrichir notre cadre de réflexion. De même, durant la période de stage qui coïncidait avec celle dite des grandes vacances, nous n'avons pas pu soumettre les questionnaires physiques relatifs à notre enquête aux élèves ainsi qu'aux étudiants, tel que nous l'avions prévu. A contrario, la bibliothèque de l'Université Senghor a finalement réussi à nous offrir la documentation précise qu'il fallait pour boucler notre recherche au bout de la deuxième année de notre formation. De même, le système informatique de l'université nous a largement aidé à consulter une multitude de documents en ligne que nous n'avons pas manqué d'intégrer dans le présent travail.

Nonobstant les principales difficultés énoncées qui ont failli influencer notre épanouissement dans le processus de la recherche, nous avons tenté d'apporter des éléments de réponses à la problématique de l'utilité de la chaîne de télévision culturelle au Gabon. Ce travail se compose de quatre chapitres résolument classés suivant une chronologie à partir de la présentation générale réalisée ci-dessus. Le premier concernera le cadre conceptuel de l'étude où nous définirons les notions-clés. Le deuxième expliquera la démarche méthodologique utilisée pour la collecte des données. Dans le troisième chapitre nous ferons un diagnostic de la culture au Gabon en faisant un rapport avec la télévision. Enfin, le dernier sera consacré à la proposition de la grille des programmes que nous avons élaborée afin d'intéresser la cible de la chaîne TV de notre étude avec en addition un essai de modèle d'affaire pour l'entreprise Gabon Culture afin qu'elle résiste aux méandres de la corporation.

PREMIERE PARTIE : LA LITTERATURE AU SERVICE DE LA RECHERCHE POUR UNE APPROCHE DEFINITIONNELLE DE LA CULTURE ET DE LA TELEVISION

1 Chapitre 1 : Revue de littérature

1.1 Télévision : origines, évolutions, usages et coût

Selon le dictionnaire étymologique du français le Robert de 1992, le mot “télévision”, tiré de télé, est un emprunt de *television* à la langue anglaise apparu pour la première fois au 20^{ème} siècle qui vient du grec *têlos* (« lointain »). Il existe une littérature scientifique riche sur la télévision. En fonction du contexte dans lequel le locuteur d’expression française l’utilise, il désigne d’abord un système de transmission d’images à distance. Il peut aussi indiquer un organisme ou une société qui produit et diffuse des images destinées à un public ou encore un regroupement de professionnels d’une même corporation. C’est un bien de consommation devenu coutumier au grand public. Par ailleurs, les locuteurs de la langue française utilisent très couramment le diminutif « télé » pour le désigner.

L’invention de la télévision est attribuée à l’Écossais John Baird.²⁷ Il fit, à Londres en 1926, la première démonstration d’une image télévisée. Il s’agit du *tele-visor*, premier téléviseur grand public commercialisé en 1941 aux États-Unis. Parallèlement en France, dans les années 1920, la Compagnie des compteurs de Montrouge lançait l’ingénieur René Barthélémy (1889-1954) pour tenter de réaliser la même expérience. Le 14 avril 1931, il parvient à faire la première démonstration publique en France de la *radiovision* en 30 lignes, transmise par émetteur.²⁸ La réussite de cet événement va l’inspirer à créer une station de télévision. En 1935, elle aboutira aux premiers programmes quotidiens diffusés en 180 lignes.²⁹

La documentation sur les origines de la télévision mentionne à plusieurs occurrences les noms des chercheurs qui ont développé tour à tour des idées nouvelles dans l’espace et le temps bien avant Baird et Barthélémy. La première diffusion publique d’images télévisées effectuée par John Baird est considérée comme l’aboutissement d’un long chemin. Suivant le magazine en ligne français “Histoire pour tous”, on retient qu’après la découverte de la photoconductivité du sélénium en 1873 par l’anglais Willoughby Smith, le premier système de balayage rapide a été réalisé en 1884 par l’allemand Paul Nipkow pour la transmission mobile des images.

Réfléchir sur la télévision devient alors un sujet sérieux dans le monde des sciences. Les innovations apportées au modèle existant annoncent l’arrivée d’autres utilités et l’insertion d’autres fonctionnalités. C’est dans cette optique que Karl Ferdinand Braun, par ailleurs prix Nobel de physique en 1909 pour ses travaux scientifiques, va mettre en place le tube cathodique en 1897. Celui-ci ne sera révolu qu’après la première présentation en public de John Baird avec l’arrivée du kinescope ou encore du tout premier petit écran développé par Vladimir Zworykin. « *Les premiers récepteurs sont*

²⁷ Wikipédia, *John Logie Baird, né le 14 août 1888 à Helensburgh (Écosse) et mort le 14 juin 1946 à Bexhill-on-Sea (Angleterre), est un ingénieur écossais connu pour avoir inventé un des premiers systèmes de télévision animée électromécanique.*

²⁸ TETART, Philippe, « 14 avril 1931 : La première démonstration publique de télévision en France », *Histoire par l’image* [en ligne], consulté le 12 janvier 2019. URL : <http://www.histoire-image.org/fr/etudes/14-avril-1931-premiere-demonstration-publique-television-france>

²⁹ Ibid.

commercialisés aux Etats-Unis dès 1941; la télévision en couleur y verra le jour en 1953 [...] Des satellites relais assurent les transmissions à grande distance ». ³⁰ L'apparition de la télévision en couleur y interviendra pour la première fois au monde effectivement en 1953 avant d'atteindre l'Europe au début des années 1960.

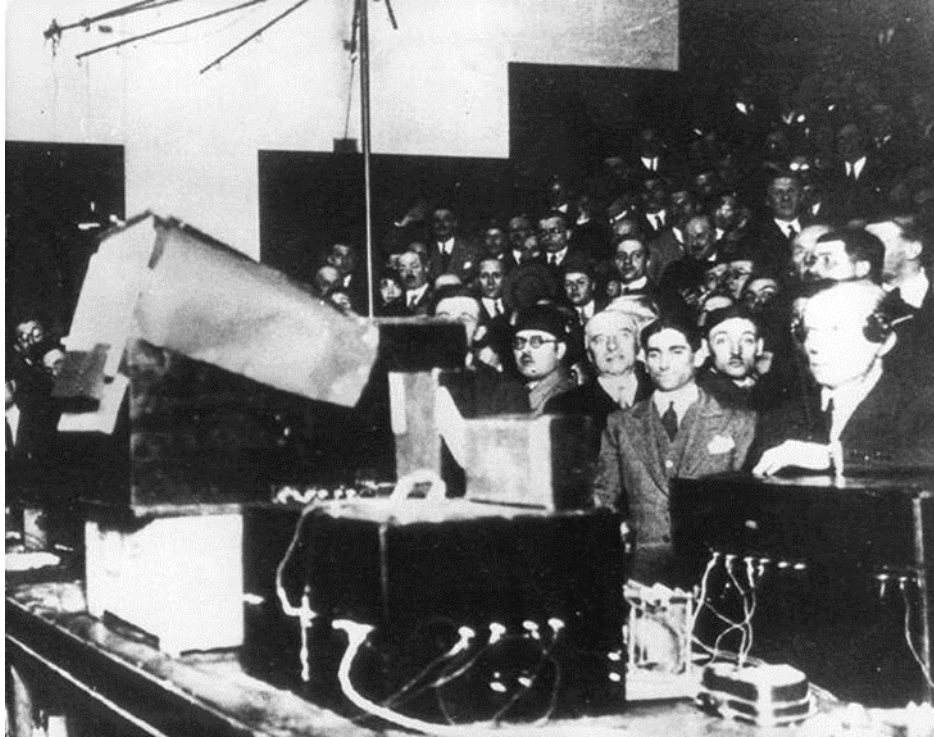


Figure 2 Première démonstration publique en France de la télévision par l'ingénieur René Barthélemy à l'Ecole supérieure d'électricité³¹ [à droite]. ©L'illustration
Source : L'histoire par l'image

« La télévision a connu, depuis plus d'un demi-siècle, un développement qui s'est accéléré », relève l'Encyclopédie Universalis France. Pour émettre, sa transformation s'illustre par le passage de l'analogie (ondes hertziennes) au numérique, à travers le système de réception d'informations des satellites et par câble. En France, par exemple, c'est en 1994 que les premiers foyers ont pu recevoir jusqu'à 100 chaînes à la fois depuis la création de la première chaîne en 1949 jusqu'à la création de Canal Plus en 1984³², par ailleurs chaîne privée. En dehors de la France, d'autres puissances ont vu la télévision devenir le média traditionnel phare. Une diversité de l'offre télévisuelle se fait ressentir dans ces pays et les firmes les plus fortes dominent alors le marché. L'exposition moyenne d'un foyer français à une image télévisuelle est évaluée à « 5 heures par jour; le temps individuel étant de 3 heures 42 minutes par jour »³³. C'est une preuve que la télévision occupe encore une place importante, certes en fonction des pays et des pratiques quotidiennes.

³⁰ Histoire pour tous, « L'invention de la télévision (1926) », www.histoire-pour-tous.fr, consulté le 12 janvier 2019.

³¹ TETART, Philippe, « 14 avril 1931 : La première démonstration publique de télévision en France », Histoire par l'image [en ligne], consulté le 12 janvier 2019. URL : <http://www.histoire-image.org/fr/etudes/14-avril-1931-premiere-demonstration-publique-television-france>

³² Encyclopaedia Universalis France SAS, « TÉLÉVISION. Économie et usages », www.universalis.fr, consulté le 17 janvier 2019.

³³ Ibid.

C'est au fil des années que la télévision est devenue une industrie au sens premier du terme. La question du modèle économique s'invite aux réflexions à propos de la rentabilité de la production et la diffusion des contenus des chaînes. Ces réflexions tournent autour de deux types de financements. En Afrique particulièrement, les Etats vont allouer aux médias publics des fonds de fonctionnement indépendamment de la redevance et de la publicité. Mais le coût de la télévision est évalué aujourd'hui à sa capacité à offrir des programmes intéressants selon les tendances du marché. Aussi, est-il déterminé par sa propension à se positionner, sa capacité à se déployer lors des grands événements comme les Jeux olympiques, la Coupe du monde ou la coupe d'Afrique des nations de football. C'est cela qui définit ses rapports avec les annonceurs. La publicité est devenue presque la condition d'existence des médias en général, la télévision en particulier. Tout ceci, sans omettre que les plateformes numériques ont récupéré une bonne partie de l'audience de la télévision et ont causé de fait une révolution dans l'économie traditionnelle des médias.

Les sociologues s'activent à dire que s'il existe un outil de masse qui a transformé la société à partir de la seconde moitié du 20e siècle, c'est bien la télévision. Et même s'il faut reconnaître que l'internet a chamboulé son modèle d'affaire, que le phénomène de la multiplication des écrans a donné au téléspectateur la possibilité de choisir d'autres canaux d'information, la télévision occupe toujours une grande place dans les pratiques culturelles des sociétés africaines, en atteignant des durées d'usages qui peuvent dépasser les deux heures chaque jour.

1.2 Chaîne de télévision

Une chaîne de télévision est « *à la fois une entreprise, qui est régie par une logique économique, une institution, qui se donne des missions dans l'espace public, et une marque, qui entre en concurrence avec d'autres canaux grâce à ses programmes et sa programmation.* »³⁴ En tant que telle, une chaîne de télévision fonctionne grâce à des moyens humains répartis suivant une organisation administrative dans le but de produire et diffuser des contenus (images animées et commentées) rangés dans une grille à l'intention d'un public.

Les éléments constitutifs de sa logique, que sont : « *son identité, son cahier des charges, ses missions* »³⁵, lui donnent de la valeur et du sens et permettent de procéder à l'analyse de ses programmes. Sur le marché, elle peut aussi bien se positionner comme un offreur, pour les annonceurs de contenus publicitaires ; comme un demandeur lorsqu'elle veut acheter des œuvres audiovisuelles (films, documentaires, séries, dessins animés...) auprès des producteurs. Son modèle économique se détermine ainsi par la vente d'espaces publicitaires dans sa grille des programmes. Son fonctionnement peut dépendre de l'Etat, d'une personne physique ou morale.

Une chaîne TV est un média. Elle permet de maintenir l'équilibre social en faisant accéder ses cibles au savoir universel. « *Il existe trois grandes catégories de chaînes de télévision ; les chaînes nationales hertziennes, les chaînes thématiques du câble et du satellite, et les chaînes locales.* »³⁶ Toutes existent en Afrique. C'est le cas d'Africable (Mali) et Sikka TV (Bénin) qui sont des chaînes panafricaines ayant choisi de traiter l'information africaine. D'autres émettent en dehors du continent tout en ayant pour

³⁴ JOST, François, *Comprendre la télévision et ses programmes*, 2^e édition, Paris, p.65

³⁵ Ibid., p.108.

³⁶ LE CHAMPION, Rémy, DANARD, Benoît, *Les programmes audiovisuels*, Paris, 2014, p.4

cible le public africain et la diaspora, comme celles qui sont basées en France : Trace Africa et Bblack-Africa diffusent des clips vidéo des artistes africains, et de ceux d'origine *afro*. Comme elles, Ubiznews diffuse depuis la France des programmes liés à la culture africaine en se focalisant sur la diaspora.

1.3 Le management d'un média audiovisuel

« *Manager une société de production audiovisuelle est différent de manager une entreprise de l'automobile.* »³⁷ On peut partir de ce postulat pour comprendre que le management d'une chaîne TV renvoie à la prise en compte de plusieurs préalables. A partir du choix des hommes jusqu'à la matérialisation des axes contenus dans le cahier de charges, il faut en effet présenter des connaissances en économie des médias (marché, financement, production, rentabilité) en ayant conscience de l'importance des études anthropologiques sur la cible. Il faut surtout aujourd'hui tenir compte du numérique. Le management d'un média télévisuel permet de l'adapter autant que possible au rythme initié par les plus grosses boîtes. En effet, la concentration de plus en plus observée des médias, souvent rachetés par les magnats de la communication, semble être la solution pour les « petites sociétés » frappées par la crise ou se trouvant dans l'incapacité de résister à la concurrence.

La télévision, en tant qu'industrie culturelle, se fixe pour objectif de produire et offrir en masse des contenus destinés à un public dans l'optique d'en tirer pleinement profit. Celles qui sont des établissements publics à caractère industriel et commercial s'inscrivent pleinement dans cette logique. Elles ont de fait cessé de prétendre à une aide financière de l'Etat pour couvrir l'intégralité de leurs charges. C'est un sujet que Ghislain Deslandes traite amplement dans son ouvrage *Le management des médias*. L'auteur y décrit en quatre chapitres les différentes formes du management d'une chaîne TV. Il propose notamment une « *approche qui privilégie les médias en tant qu'institutions sociales, par rapport à leur aspect purement technique* »³⁸.

1.4 Programmation audiovisuelle

La programmation est l'action de programmer, d'organiser, de disposer. Selon Wikipédia, la programmation télévisuelle est l'art de choisir et de planifier sur une grille horaire la diffusion des différents programmes de télévision d'une chaîne télévisée, en faisant en sorte de maximiser leur audience, tout en respectant les contraintes auxquelles la chaîne est soumise. Les programmes « télévisés » peuvent être des œuvres audiovisuelles issus d'une production locale et/ou achetés, retransmis à l'intention du plus grand nombre selon les genres (le documentaire, la fiction, l'information, le sport, les films, les magazines, les jeux, les variétés, les programmes pour enfants). Au nombre de ces contraintes qui orientent la chaîne, il y a la ligne éditoriale que fixe le directeur des programmes de la chaîne avant l'application de toute tâche. Ce, en fonction aussi des contraintes liées à l'économie de la chaîne.

³⁷ DAVID, Jérôme, *Financement des médias et de la communication*, cours dispensé à l'Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

³⁸ DESLANDES, Ghislain, *Le management des médias*, coll. Repères, Paris, 2008, p.15

C'est la programmation qui fait de la chaîne une marque³⁹. Vu son importance dans la détermination de l'identité de la chaîne (en tant qu'entreprise), la grille des programmes se doit d'obéir à deux logiques de programmations, à savoir : la programmation verticale et la programmation horizontale. La première est aussi appelée « logique hebdomadaire ». Elle tient compte de la temporalité sociale. La seconde est celle qui permet de fidéliser le téléspectateur en regardant un même programme chaque jour à la même heure. Le programme joue de fait un grand rôle dans la psychologie des téléspectateurs en établissant un lien de confiance entre eux et la chaîne à condition de l'avoir bien rangé dans la grille. C'est pour cela qu'il est dit que « *le succès ou l'échec d'un programme dépend très largement de la case horaire dans laquelle il est disposé.* »⁴⁰ Cette affirmation montre clairement, pour le prouver, que les chaînes de télévision mènent des réflexions très poussées avant d'élaborer des grilles des programmes, qu'elles soient thématiques ou généralistes. Autrement dit « programmeur » est un métier dont la pratique exige une connaissance de la thématique vers laquelle la chaîne est orientée ainsi que ses objectifs. Cela dit, une bonne compréhension du terme « grille » doit être pour lui une condition.

*« La grille est donc un outil de lisibilité, de fidélisation pour les publics, mais bientôt aussi pour les annonceurs qui peuvent ainsi anticiper les audiences. Elle permet encore la gestion du pluralisme des publics, adaptant les programmes au profil générationnel, généré, social des publics présents au foyer aux divers moments de convergence en proposant des contenus fédérateurs qui agglomèrent les audiences avant les JT, attirent l'attention sur l'offre lors du pic d'audience de la soirée. »*⁴¹

C'est une notion très importante. Pouvoir la cerner ouvre le champ aux réflexions se rapportant à la construction des idées de réussite d'un ou de plusieurs programmes, tout en tenant compte de la nécessité de garantir une notoriété à la chaîne. Or, l'approche économique révélée ici de la programmation télévisuelle est très peu comprise par la plupart des acteurs des pays africains. La fragmentation des publics reste une étape importante. Les télévisions africaines sont restées jusqu'à maintenant généralistes et comptent encore sur l'aide financière des Etats. On observe plutôt que des investissements sont consentis en faveur de la création des chaînes dites panafricaines. Mais elles peinent malheureusement à toucher tous les publics et à résister aux difficultés d'ordre conjoncturel. La coopération entre les chaînes nationales africaines apparaît comme un grand chantier pour ceux qui les dirigent. Une analyse que Mactar Silla, ancien Directeur général de TV5 Afrique, aujourd'hui PDG du groupe Label Radio TV (Gabon), semble soutenir dans son propos à l'intention des visiteurs du site web du groupe d'entreprises. Il y affirme que « *l'Afrique reste marginale dans l'industrie des contenus, de la production, de l'édition et de la distribution des programmes et services de [...] télévision.* »

1.5 Culture et Médiation

Tout comme pour la télévision, plusieurs auteurs se sont penchés sur la recherche au sujet de la médiation dans le champ de la culture. A la différence, il se trouverait jusqu'à présent que « *aucune*

³⁹ L'Etudiant, « Audiovisuel : à la production et la programmation », www.letudiant.fr, consulté le 14 janvier 2019.

⁴⁰ JOST, François, *Comprendre la télévision et ses programmes*, 2e édition, Paris, p.52

⁴¹ LE GRIGNOU, Brigitte, NEVEU, Erik, *Sociologie de la télévision*, Paris, 2017, p.36-37

définition véritablement partagée n'a émergé du travail théorique mené depuis les années 1990 notamment en information-communication, sociologie de l'art et de la culture, esthétique et sciences politiques. »⁴² La raison évoquée, sinon l'une des raisons avancées, serait que « le terme "médiation" [...] n'est apparu qu'assez récemment dans le monde de la culture. »⁴³ Il n'en demeure pas moins qu'il existe des définitions de ce terme couramment utilisé dans la langue française. Pour le Centre de ressources textuelles et lexicales de France (CNRTL), la médiation est le fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses.

L'action est menée par une personne physique ou une valeur intangible. C'est le médiateur. Il sert d'intermédiaire, de lien entre deux ou plusieurs parties pouvant avoir des différends afin de tenter de les faire parvenir à un accord. Dans le domaine culturel, il met en relation un établissement culturel et un public. En matière de gestion des équipements culturels, il est tenu de comprendre les notions sur les principes d'organisation, les règles de procédures administratives. Il est un interlocuteur entre la manifestation et le public. Il connaît les acteurs du réseau culturel dans lequel ils sont inscrits. Le médiateur culturel est un communicant et appartient de fait à un réseau de professionnels des médias.

La télévision, en tant que média, vecteur de l'identité culturelle d'un peuple, s'inscrit dans le cercle des actants permanents de la médiation culturelle. Elle a le pouvoir de choisir de ne pas répercuter « tout ce qui se passe » en contribuant plutôt à construire la réalité dans laquelle le peuple vit.⁴⁴ C'est en cela qu'on lui reconnaît un pouvoir de régulation de la propagation, via les médias, des tendances des autres pays⁴⁵, à l'exemple des Etats-Unis.

Or, la culture, non pas seulement au sens que lui donne l'écrivain et critique littéraire français Emile Henriot (1889-1961), qui la considère au début du 20^e siècle comme l'essentiel du savoir qu'il reste à l'homme malgré « l'oubli total », mais plutôt comme un secteur d'activités économiques unique axé sur la vente de la création artistique dans un marché, est perçue aujourd'hui comme un relais de croissance⁴⁶ par les puissances émergentes. La culture semble être désormais prise en compte dans l'élaboration des politiques publiques. L'institutionnalisation de la culture porte un regard sur des activités qui étaient considérées d'autant comme utiles que pour l'éducation et le divertissement. Cette idée est partagée par les penseurs de l'économie classique, comme l'écossais Adams Smith (1723-1790), en trouvant que la culture (l'art de créer) n'entre pas dans le champ de l'économie car n'ayant pas de support.⁴⁷ Le théâtre, par exemple, n'avait alors de sens que pour le loisir. Le génie créateur qui pousse les gouvernants du 21^e siècle à décider en faveur du développement de la culture viendrait des effets de la mondialisation. Sa perception a effectivement évolué dans l'entendement.

⁴² BORDEAUX, Marie-Christine, « La médiation culturelle. Des dispositifs et des modèles toujours en tension », *L'Observatoire*, vol. 51, no. 1, 2018, pp. 5-8.

⁴³ ABOUDRAR, Bruno Nassim, MAIRESSE, François. « Chapitre premier. Culture et médiation », Bruno Nassim Abouddrar éd., *La médiation culturelle*. Presses Universitaires de France, 2018, pp. 21-47.

⁴⁴ DERVILLE, Grégory, *Le pouvoir des médias : Mythes et réalités*, Grenoble, 2005, p.71

⁴⁵ DEDOLIN, Jean, *Politiques publiques culturelles*, cours dispensé à l'Université Senghor, avril 2018.

⁴⁶ D'ALMEIDA, Francisco, *Les filières industrielles*, cours dispensé à l'Université Senghor, mars 2018.

⁴⁷ PFLIEGER, Sylvie, *Economie des industries et des programmes culturels*, cours dispensé à l'Université Senghor, janvier 2019.

« Si l'économie culturelle est "un ensemble d'activités tournées vers l'exploitation marchande de la créativité artistique, esthétique et sémiotique", la culture n'est donc plus seulement une activité intellectuelle et symbolique; elle peut être aussi considérée comme un nouveau support des activités marchandes et de la croissance économique. »⁴⁸

Aux pouvoirs publics, il revient de programmer ce développement sectoriel simultanément avec les autres. Il est question désormais d'industries culturelles à filières diverses et métiers variés, de valorisation et conservation du patrimoine culturel. Cette recommandation est d'autant plus réfléchie que du point de vue de la gouvernance, le rapport entre culture et économie tient, car *« culturelle est la prospective, a fortiori la prospective culturelle. »⁴⁹* Autrement dit, cette prospective *« s'inscrit dans une culture politique et administrative de l'action publique, de la détermination de ses objectifs, de l'assignation de ressources en vue de ses fins, de sa conduite. »⁵⁰* D'un point de vue anthropologique, on peut aisément reprendre ici la définition de la culture contenue dans la Déclaration de Mexico de la Conférence mondiale de l'Unesco sur les politiques culturelles tenue du 26 juillet au 6 août 1982, mentionnée quelque peu plus haut:

« La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. »

En conciliant les deux dimensions de la culture illustrées ci-dessus (économique et sociologique), on s'aperçoit que l'homme (le créateur ou l'artiste) est au fondement de la création de ce qui peut devenir une richesse. Pour passer de l'idée à la réalisation, il profite des législations devant lui permettre d'accéder aux sources de financement afin de s'assurer de mettre en forme son projet et veiller à ce que cela soit rentable. La télévision, en tant qu'instrument de médiation, présente au public non seulement le produit final mais aussi son auteur. Ce double rôle qu'elle joue sert en fait à transmettre des savoirs locaux et à transformer les pratiques culturelles souvent influencées par les cultures étrangères. Par conséquent, la *« médiation culturelle », « bien plus qu'un ensemble de méthodes [...] doit être comprise comme une posture spécifique impliquant la volonté de chercher, à travers la culture et les approches qui en sont faites, le développement de la personne bien plus que la diffusion de contenus. »⁵¹*

1.6 Promotion culturelle et Télévision

La promotion est l'action de promouvoir. Le CNRTL parle de la mise en œuvre d'un projet ou encore de la création de quelque chose dont il est question de provoquer son développement ou son succès. C'est aussi le fait d'encourager une initiative, de favoriser l'acceptation d'un produit ou d'un bien, de soutenir un auteur ou un créateur ayant développé une idée nouvelle. Le dictionnaire de langue

⁴⁸ LERICHE, Frédéric, SCOTT, Allen J., « Hollywood, un siècle d'industrie cinématographique », L'Economie culturelle et ses territoires, Toulouse, 2010, p.29

⁴⁹ CHANTEPIE, Philippe, « Prospective culturelle », *Culture & Médias 2030. Prospective de politiques culturelles*, sous la direction de Ministère de la Culture et de la Communication. Ministère de la Culture - DEPS, 2011, pp. 9-14.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ CHAUMIER, Serge, MAIRESSE, François, « Présentation », *La médiation culturelle*. Sous la direction de Chaumier Serge, Mairesse François. Armand Colin, 2013, pp. 147-148.

française Larousse disponible en ligne y voit même un lien avec la notion de publicité. Promouvoir serait alors un élan visant à essayer d'accroître la vente d'un produit par divers moyens commerciaux et publicitaires. Cela dit, la promotion culturelle consisterait à faire connaître la culture au public. Dans sa mission d'enseigner, la télévision dispose de tous les moyens de convaincre.

En effet, la chaîne TV qui diffuse des programmes qui abordent les réalités de la société s'assure une place de choix dans l'estime du public. Ce degré de confiance s'accroît au cours des grands événements que la chaîne choisit de montrer. Cela marche aussi avec les programmes liés à l'environnement, à la nature. Le patrimoine naturel et culturel est donc aussi une source d'inspiration pour le programmateur qui collabore avec les producteurs dans le but de réaliser des documentaires adaptés.

Etant donné que le champ culturel est vaste, il apparaît que les branches industrielles qui offrent des produits décisifs dans le développement des techniques de l'information et de la communication, que ce soit les réseaux ou les outils,⁵² se retrouvent bien souvent dans les grilles des programmes. Et même si le débat du comment les traiter dans les programmes peut être suscité, le choix des angles de traitement en télévision des sujets liés aux industries culturelles peut servir de réponses.

La promotion culturelle est aussi saisie comme la stratégie d'encouragement de la création artistique. Pour cela, au même moment que la télévision encense les créateurs, elle donne la possibilité au public d'apprécier la valeur de la créativité territoriale. Certains penseurs trouvent même que la publicité est utilisée par les promoteurs culturels. L'universitaire français Stéphane Debenedetti relève à ce propos dans une note de lecture de l'ouvrage de Jean-Samuel Beuscart et Kevin Mellet intitulé *Promouvoir les œuvres culturelles. Usages et efficacité de la publicité dans les filières culturelles*, paru en 2012, qu'ils (les auteurs)

« *Proposent ainsi d'envisager le champ culturel à travers les pratiques publi-promotionnelles des organisations qui visent à gérer la visibilité.* »⁵³

Cette question de l'insertion du modèle de la publicité dans le champ culturel soulevée par les deux auteurs désignerait « *une typologie des organisations culturelles centrée sur leurs pratiques de communication* »⁵⁴. Les entreprises culturelles se servent donc effectivement des canons du marketing.

⁵² MIEGE, Bernard, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, 2017, p.5

⁵³ « Notes de lecture », *Réseaux*, vol. 180, no. 4, 2013, pp. 189-203.

⁵⁴ Ibid.

2 Chapitre 2 : Protocole méthodologique

La fiabilité d'un travail scientifique renvoie à l'utilisation d'une méthodologie. C'est une démarche qui consiste à collecter des données vérifiées et enrichissantes pour la recherche. Partant du principe que des réflexions sur la question de la programmation télévisuelle ont sans doute déjà été menées par plusieurs chercheurs, professionnels, experts des sciences humaines et sociales, nous comptons apporter une contribution solide aux débats actuels sur la segmentation du public des chaînes de télévisions. Toute la littérature abordant la question, les émissions de radio et de télé, les articles de presse ou de revues, y ont apporté des éléments explicatifs. Cette multitude de sources justifie l'assertion d'Antoine Laurent de Lavoisier (1743-1794) : « *rien ne se perd, rien ne se crée : tout se transforme* ».

Pour notre travail, nous avons retenu certaines démarches de la recherche. Nous-nous sommes également basés sur nos acquis professionnels. Les techniques de la recherche en sciences humaines et sociales : les outils bibliographiques, les entretiens, l'observation sur le terrain, l'enquête (prospection), les années d'exercice au sein d'une chaîne de télévision. Un stage professionnel au sein de l'administration publique centrale chargée de l'élaboration des politiques publiques en faveur des médias fait également partie de notre protocole méthodologique.

2.1 Les outils bibliographiques

Cette étape est la toute première de notre démarche. Elle a consisté à recenser le maximum d'ouvrages et documents abordant le sujet de la télévision de façon générale. Plus particulièrement, l'histoire de la télévision, les programmes télévisuels, le management d'une chaîne de télévision, la sociologie de la télévision. Mais également, avons-nous utilisé ceux qui traitent des filières des industries culturelles et du patrimoine culturel afin d'envisager le lien entre elles et la télévision. Ces outils nous ont aidés à comprendre le mécanisme de la programmation afin de proposer au public une chaîne intéressante.

En consultant quelques mémoires et thèses antérieures ayant soulevé l'idée générale de notre recherche, des découvertes ont été faites sur le sujet. Les rapports d'études comme ceux de l'Unesco portant sur l'univers médiatique gabonais, les publications d'auteurs tels que Brigitte Le Grignou, Nathalie Sonnac, François Jost, Ghislain Deslandes, Bernard Miège, Grégory Derville ou encore de Rémy Le Champion, ont élevé notre niveau de réflexion. Ces auteurs ont effectivement sur le marché des ouvrages édités qui cadrent avec le principal mot-clé de notre recherche, la télévision. Cela dit, nous ne pouvons omettre l'apport important de l'internet. Car, en dehors des réponses apportées par des auteurs sur des supports physiques, le numérique nous a considérablement facilité l'accès aux résultats des réflexions d'un grand panel de penseurs. Le traitement de l'ensemble des données récupérées à travers ces démarches nous permettra de les adapter au contexte gabonais, car la grande majorité des auteurs aborde le cas français particulièrement.

2.2 Les questionnaires d'enquête

Deux questionnaires nous ont aidés à collecter les données utiles à la déclinaison de notre travail. Le premier, qui est une enquête qualitative, a été adressé à une population de six (06)

producteurs/réalisateurs/éditeurs gabonais. Il a porté sur l'accès des œuvres audiovisuelles et cinématographiques de ces derniers aux chaînes TV. Nous avons choisi de nous diriger vers ceux qui ont une certaine notoriété même à l'extérieur du pays. Parmi ces acteurs importants de la culture qui ont accepté de réagir à notre sollicitation, figurent entre autres, Samantha Biffot, réalisatrice de la série *Parents mode d'emploi* diffusée sur TV5 Monde, Imunga Ivanga (cinéaste, critique d'art et écrivain, Président du Conseil d'Administration de l'Institut gabonais de l'image et du son), de la cinéaste Nadine Otsobogo (auteure du film à succès *Dialémi*) qui a notamment participé à la réalisation des films *Sur la piste du Marsupilami* du français Alain Chabat et *Félicité* du franco-sénégalais Alain Gomis. Leur participation à cette enquête, nous le pensons, rehausse le niveau de celle-ci en le rendant crédible. Cela a été l'occasion de tisser des liens avec ces personnalités importantes pour la vie des chaînes nationales qui ont par ailleurs toutes montré leur intérêt à collaborer avec Gabon Culture TV.

Le second questionnaire, l'enquête quantitative, a été ouvert au public. Près d'une centaine de répondants s'est librement prononcée sur le rôle de la télévision publique en portant des critiques sur la qualité de l'offre qui lui est proposée. Il est à noter également la diversité des réponses à la question importante de la perception de l'annonce de l'arrivée de Gabon Culture TV.

2.3 Expérience professionnelle et stage professionnel

2.3.1 Expérience professionnelle

En prévision à la complexité du travail de recherche auquel nous avons été soumis, nous avons pris en compte l'avantage de connaître déjà la sphère médiatique gabonaise. Faut-il le reconnaître, notre expérience professionnelle nous a souvent facilité la tâche. En effet, la formation de journaliste que nous avons suivie à l'Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication (ESSTIC) couronnée par une Licence professionnelle en 2012, s'est fait suivre d'une affectation dans la chaîne nationale du Gabon deux ans plus tard par le ministère de la communication. Au sein de la Rédaction de Gabon Télévisions nous avons travaillé en tant que reporter des éditions d'informations. Mais les premiers stages académiques effectués de 2009 à 2011 dans la de presse et les radios publiques nous permettaient déjà de faire nos premiers pas dans le milieu des médias gabonais. Nous justifions notre expérience par le nombre d'années, les acquis de la pratique du métier de journaliste et les multiples prises d'initiatives en vue de proposer le meilleur aux téléspectateurs, ce, malgré des éventuelles difficultés. Car, faut-il le dire, les conditionnalités pour exercer en toute sérénité sont parfois manquantes. Le pouvoir public l'a d'ailleurs souvent reconnu, de passage dans les locaux de la télévision nationale, en disant ouvertement aux professionnels: « *vous êtes quasiment des monstres pour accepter de travailler dans une situation qui n'a pas de mots* »⁵⁵. Toutefois, nous avons réussi à intégrer au fil des années un vaste réseau de professionnels actifs dont la matière première est l'information.

Ainsi, dans le cadre de notre étude, c'est sur la base de notre carnet d'adresses que nous avons procédé à la planification des rencontres avec certaines personnes ressources (physiques et morales). Profitablement, nous avons dû laisser agir le fait d'appartenir à la corporation –le 4^e pouvoir– mais

⁵⁵ MAPANGO, Guy-Bertrand, Ministre d'Etat, Ministre en charge de la Communication et de l'Economie numérique, Porte-parole du Gouvernement, au cours d'une visite des locaux de Gabon 1^{ère}, Libreville le 23 mai 2018.

surtout d’être apparu à plusieurs reprises durant des années dans les programmes des chaînes de la place pour l’animation de divers programmes. Donc, notre statut de présentateur vedette du journal de 20 heures à la première chaîne publique gabonaise nous a ouvert les portes du ministère de la communication, du ministère de la culture, des chaînes privées, de l’Institut français du Gabon, du Bureau de la représentation sous régionale de la Francophonie à Libreville, de l’Université Omar Bongo de Libreville, entre autres.

2.3.2 *Le stage professionnel au Ministère de la Communication*

Partant du constat général que les Etats africains ont accusé un retard dans le passage de la télévision analogique à la télévision numérique de terre (TNT) par rapport à la date du 17 juin 2015 fixée de connivence en 2006 à Genève par l’Union internationale des télécommunication (UIT)⁵⁶, nous observons que beaucoup de pays n’ont pas mis l’accent sur la rentabilité due à l’activité économique des chaînes. Ce rendez-vous manqué de juin 2015 suffit pour trahir un fond de négligence en ce qui concerne aussi le déploiement des moyens afin de s’arrimer aux nouvelles normes. Car, « *La TNT offre aux téléspectateurs des images et un son de meilleure qualité* »⁵⁷ et « *les systèmes numériques permettent non seulement de prendre en charge un plus grand nombre de chaînes, mais aussi d’offrir des services novateurs, par exemple la télévision interactive, les guides de programmes électroniques et la télévision sur mobile.* »⁵⁸

⁵⁶ Jeune Afrique, « Télévision : qui est prêt pour la TNT en Afrique ? », www.jeuneafrique.com, consulté le 05 août 2018.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ UIT (Union internationale des télécommunications), « Dernier délai pour le passage de la télévision analogique à la télévision numérique dans 119 pays d’Europe, d’Afrique, du Moyen-Orient et d’Asie centrale, Un colloque UIT présente les dernières nouveautés et innovations dans le domaine de la télévision », www.itu.int, consulté le 05 août 2018.

La réforme dans le secteur de l’audiovisuel public qui court toujours découle des réflexions menées par la Direction générale de la communication (DGCOM) du Ministère de la communication. C’est ce qui nous a poussés à aller s’enquérir des modalités de mise en œuvre de ce projet qui risque d’être abandonné, en vue de faire valoir notre projet professionnel. Ainsi, dans le cadre de notre formation à l’Université Senghor à Alexandrie en Egypte pour obtenir un Master professionnel, notre demande de stage a été validée par le ministère de la communication après étude de notre dossier (Annexes 1 et 2). Ce stage conventionné devait nous permettre d’approfondir notre recherche au sein de la DGCOM. Il s’est normalement étalé sur 10 semaines comme prévu par l’université. Mais, vu l’intérêt accordé à notre thème, et compte tenu de l’importance de la programmation de la culture dans la chaîne Gabon Culture que le ministère prévoit de lancer prochainement, les responsables de l’institution ont souhaité le prolonger de quatre semaines la durée du stage. En effet, nos tuteurs, le Directeur général, madame Hermine Otounga Souna et monsieur Prosper Tonda le Directeur général adjoint, ont porté cette nécessité auprès du Secrétariat Général dudit ministère.

a- Présentation de la DGCOM

La direction générale de la communication est une administration publique centrale. Elle est rattachée au Secrétariat Général du Ministère de la Communication et a pour mission principale de mettre en œuvre les politiques publiques en matière de communication. Cette mission peut être répartie en quatre grandes activités : améliorer le paysage médiatique public, conseiller le gouvernement en matière de communication et d’interaction entre lui et la population, implémenter les politiques de formation des acteurs chargés d’animer le secteur de la communication et mettre en œuvre des formalités administratives afin de favoriser la création des entreprises de presse.

Dans son action, la DGCOM travaille en collaboration avec les agences publiques indépendantes. C’est le cas avec l’Agence nationale des infrastructures numériques et des fréquences (ANINF) pour tout ce qui cadre avec les fréquences et pour l’octroi d’un certificat de conformité, ou encore avec l’Agence nationale de la promotion des investissements (ANPI) pour les formalités de création d’entreprise et pour la délivrance d’une fiche circuit permettant d’exercer.

b- Activités menées au quotidien

Il faut dire que le quotidien de la Direction générale de la communication est basé sur le traitement des dossiers provenant du cabinet du ministre et du secrétariat général pour orientation des décisions. De ce fait, il n’a pas été question chaque jour de se pencher exclusivement sur la question de la réforme audiovisuelle publique. Aussi, faut-il le mentionner, quelques jours avant de commencer notre stage, un remaniement du gouvernement a entraîné le changement du ministre de tutelle. C’est-à-dire que l’équipe qui a porté le projet de réforme a été changée quasiment totalement. Dès lors, pour retrouver les dossiers traitant de la création de la chaîne spécialisée Gabon Culture, il a fallu procéder à une fouille documentaire. Notre stage a donc été essentiellement orienté vers la recherche des informations.

Ainsi, nous avons organisé notre travail au quotidien de la manière suivante avec le soutien de notre encadreur : la recherche en interne, la recherche à l'extérieur, la mutualisation des données collectées avec le tuteur.

❖ *La collecte des données en interne*

Elle a consisté à retrouver les anciens documents qui ont traité de la réforme audiovisuelle publique et des motivations ayant animé les administrateurs. Dans ces dossiers se trouvent également les modalités pratiques pour le fonctionnement des entités créées. Pour ce faire, il nous a fallu fouiller dans les classeurs rangés dans des armoires. A ce niveau, nous relevons le problème de la numérisation des archives. Il est difficile voire impossible de trouver un texte de loi récent qui soit inhérent au champ de compétence de ladite institution. Cela dit, les plus ordinaires ont été le porte à porte à l'intérieur du siège et les rendez-vous avec les personnes ressources des autres organisations en dehors.

❖ *La collecte des données sur le terrain : les entretiens*

Sous le regard de notre tuteur, nous planifions nos déplacements à l'extérieur dans le cadre de notre recherche. Il nous arrivait de prendre nous-mêmes attache avec les personnes ressources; à l'occasion des visites de terrain effectuées par le ministre et sa délégation nous avons pu procéder à l'observation sur le terrain. Le 23 mai nous avons pris part à la journée organisée pour la visite des entités sous tutelle du ministère alors qu'un remaniement ministériel avait eu lieu quelques semaines plus tôt. A cette occasion nous avons pu constater que la chaîne Gabon Culture venait de recevoir une dotation en matériel technique. Aussi, avons-nous pris attache avec l'Institut français du Gabon basé à Libreville en tant qu'organisateur de spectacles et partenaires d'événements culturels de poids. L'IFG regroupe dans ses fichiers le plus grand nombre de producteurs locaux. Quelques enseignants de l'Université Omar Bongo nous ont donné des orientations. Leurs avis aussi diversifiés par rapport à l'ensemble des sources d'informations devraient nous aider à être précis dans la phase du choix des types de contenus à prévoir dans la grille des programmes à élaborer. En effet, nous-nous associeront avec les producteurs de contenus audiovisuels et cinématographiques, les éditeurs de livres, les universitaires et chercheurs, les professionnels des médias. Les institutions internationales (le système des Nations Unies, la Francophonie, l'Institut français) font aussi partie des partenaires que nous visons pour la réalisation de ce travail. Mais il n'en demeure pas moi que nous n'avons pas pu obtenir certaines informations importantes de leur part.

Le recoupement des données collectées en interne et en externe se faisait avec l'encadreur afin de bien les insérer dans le document final.

c- Apports du stage

❖ *Apport personnel à la structure d'accueil*

La poursuite des décisions de la réforme s'est vue ralentir après le changement de ministre intervenu au début du mois de mai de l'année en cours. Les priorités du ministre sortant ne sont pas celles de celui qui lui a succédé. Or, notre thème vient insister sur la nécessité d'une chaîne thématique culturelle. Donc, cela a été comme un défi pour nous d'arriver à convaincre les nouveaux dirigeants à prendre au sérieux un tel projet.

Nous pouvons ainsi dire que les données que nous avons collectées serviront à aider la DGCOM en particulier et le ministère de tutelle avec l'actuelle équipe dirigeante en général, à poursuivre ce si bon projet de modernisation de l'espace audiovisuel public du Gabon.

De même, avons-nous fait des propositions sur les types de profils à retenir pour la production des contenus et l'animation des programmes de la chaîne Gabon Culture. Ceci sur la base des acquis des notions de cours reçues au cours de la première année de notre formation à l'Université Senghor. Nous avons également suggéré une ouverture aux productions des pays étrangers.

De façon générale, nous avons permis à la structure de croire en notre travail, de trouver en lui la capacité d'inciter le ministre de la communication à prioriser le lancement effectif de la chaîne culturelle.

❖ *Acquis et perspectives pour le mémoire et le projet professionnel*

La documentation trouvée dans les archives et cadrant avec notre thème nous a aidés à répondre à plusieurs questions aussi bien dans le mémoire que dans le projet professionnel. Par exemple, l'acte constitutif du Groupe Gabon Télévisions qui lui confère le statut d'EPIC (Etablissement public à caractère industriel et commercial).

Toutes les politiques publiques en matière de communication au Gabon sont le fruit du travail de la DGCOM. Durant les 14 semaines de notre immersion au sein de cette administration, nous avons vu faire, participé en donnant notre avis sur une décision à prendre. En clair, c'est aussi à faire de l'Administration que nous-nous sommes adonnés. C'est pour nous une bonne manière de comprendre le processus d'aboutissement de la réforme.

Dans la tâche de traitement des documents provenant du cabinet du ministre, nous avons observé et retenu que les responsables font très souvent recours aux décisions similaires prises précédemment sur des sujets de même nature. C'est le cas des dossiers de créations des entreprises de presse.

Quant au travail de collecte des données effectué à l'extérieur de la structure d'accueil, il nous a fait découvrir que le Gabon regorgeait de beaucoup d'acteurs culturels compétents, outillés et prêts à donner leurs avis sur l'idée de mettre en œuvre une télévision culturelle exclusive. En effet, « faire le terrain » nous a beaucoup servi en ce sens que les personnes ressources ont été très ouvertes. Par exemple, le Professeur Raymond MAYER (Ecrivain, Anthropologue, Musicologue) qui a travaillé à la télévision nationale dans les années 1970 nous a parlé de l'importance de toucher chaque cible dans chaque programme à intégrer dans notre maquette de programmation.

Nous pouvons, entre autres, parler de l'Institut français du Gabon (partenaire pour la réalisation du projet professionnel) qui a accepté de nous édifier sur l'histoire des rapports essentiellement culturels entre l'Etat gabonais et la France. Aussi, l'IFG a accepté de faire parvenir nos questionnaires à ses abonnés, aussi bien les élèves, les étudiants que les professionnels.

Le ministère de la culture dont la majorité des événements se déroule chaque année durant la période qui coïncide avec celle de notre stage, a bien voulu nous compter parmi les professionnels accrédités. Ainsi, plutôt que d'assister simplement aux festivités, nous en avons profité pour faire des rencontres dans un environnement où la crème des artistes locaux se réunit. Il s'agit particulièrement du Festival Gabon 9 Provinces. Celui-ci met en exergue les talents diversifiés des 9 provinces que compte le Gabon

à Libreville pendant 09 jours. C'est un événement retransmis en direct sur la chaîne généraliste Gabon Première. Nous y avons donc été en tant qu'observateurs.

Au regard de toutes ces activités, nous pouvons aisément croire que nous avons eu raison de faire le choix de travailler sur la programmation de la première chaîne de télévision qui aura pour mission de faire la promotion culturelle du Gabon.

❖ *Acquis socio-professionnels*

Au terme de ce long et réjouissant passage à la DGCOM, c'est toute une liste de notions de vie, de maximes que nous pouvons énoncer ici pour exprimer tout ce que nous avons amélioré en nous. Le travail à la chaîne, la ponctualité, la présence au poste, la notion de temps, la patience malgré les rendez-vous annulés ou reportés et les attentes avant d'être reçu, l'humilité, la bonne tenue. En milieu professionnel, ce sont en gros les valeurs cardinales qu'il faut rechercher.

Nous avons eu le plaisir d'avoir un encadreur toujours présent à son poste même-si dans ses tâches quotidiennes il était très souvent sollicité par ses supérieurs hiérarchiques. Nous avons presque appris le fonctionnement d'une administration centrale ; et c'est le plus de ce stage. En effet, lorsque nous n'étions pas amenés à effectuer une descente sur le terrain, le tuteur n'hésitait pas de nous mettre à contribution pour l'élaboration des fiches techniques, des notes de service, et bien d'autres documents relevant de ses compétences.

Il nous est aussi arrivé de faire partie des délégations officielles qui ont accompagné le ministre de tutelle lors de ses descentes sur le terrain ; c'est-à-dire auprès des entreprises sous tutelle du ministère de la communication. A ces occasions aussi, nous n'avons ménagé aucun effort pour tisser des liens avec les personnalités rencontrées. C'est ce qui, va-t-on dire, nous a facilité quelques fois l'accès aux sources d'informations.

A rebours de tout ce qui figure en amont, nous pouvons dire que le thème de la programmation audiovisuelle largement développée par les auteurs, oriente de façon précise les objectifs que nous voulons atteindre. Les mêmes auteurs parviennent aisément à mettre en lumière le lien qui existe entre économie et télévision. Il apparaît aussi que cette littérature aborde les grandes lignes du management des médias. D'autres approches théoriques de la télévision sont arguées dans la documentation choisie pour notre étude. En outre, les propositions tirées des entretiens avec les éditeurs de contenus, des avis des consommateurs dans les questionnaires d'enquêtes adressés, sont aussi un outil que nous avons utilisé afin de parvenir à proposer une grille des programmes à la première chaîne thématique culturelle publique gabonaise. A ce moment-là, la connaissance préalable du milieu des médias devient une valeur ajoutée. L'ensemble de ces moyens constitue une force pour l'action culturelle publique que nous comptons réaliser, dans l'espace et le temps, en comptant d'abord sur les moyens existants, puis, en y intégrant ceux qui seraient utiles mais pas forcément à notre portée.

Nous espérons que la proposition que nous ferons saura intéresser le gouvernement gabonais, en particulier les ministères de la communication et de la culture. Les deux institutions ayant en charge d'organiser les entités sous leurs tutelles qui travaillent pour la promotion de la culture et fournir des espaces d'expression et de mise en œuvre de leurs politiques publiques respectives. Mais avant cela,

il convient de broser une présentation de l'environnement de ces deux secteurs d'activités au Gabon afin de mieux préparer l'élaboration d'une grille des programmes.

DEUXIEME PARTIE : « CULTURE & TELEVISION » OU LA PAIRE DES CONSUBSTANTIELLES

3 Chapitre 3 : Etat des lieux de la Culture et de la Télévision au Gabon

3.1 Les Institutions en charge de la culture

3.1.1 *Le Ministère de la culture*

Ministère des Sports, des Loisirs, de la Culture et de l'Artisanat⁶¹, tel qu'il s'intitule désormais après le remaniement ministériel intervenu en janvier 2019 après la composition d'une nouvelle équipe gouvernementale. Il met en œuvre les politiques publiques du gouvernement en matière de sport, de loisir, de culture et d'artisanat. Le ministère de la culture a pour mission la mise à disposition du public des espaces et tout autre moyen d'expression de la diversité culturelle et artistique gabonaise. Pour ce faire, l'institution dispose d'une direction générale de la culture et d'une direction générale des industries culturelles. La culture étant un champ vaste qui englobe plusieurs corps de métiers, d'autres organisations opèrent sur le terrain en partenariat avec ledit ministère.

3.1.2 *La Direction Générale des industries culturelles*

Elle remplace l'Agence nationale de la promotion artistique et culturelle (ANPAC) créée en 1983 et dont la suppression a été décidée en conseil des ministres en novembre 2018.⁶² Par la même occasion, le Ministère des Sports et de la Culture, chargé du Tourisme, transfère ses missions à la Direction Générale des industries culturelles.⁶³ Signalons toutefois que le transfèrement des compétences était encore en cours en janvier 2019 selon les informations glanées auprès des proches du dossier. Il s'agit de poursuivre la mission de l'entité dissoute en améliorant la qualité du service qu'elle a offert tant bien que mal pendant 36 années. Aux dires de la presse, « *elle n'est pas réellement parvenue à s'imposer comme promoteur et régulateur des activités artistiques et culturelles sur l'étendue du territoire gabonais* »⁶⁴. Si une redéfinition des missions qui ont été dévolues à la Direction Générale des industries culturelles devrait être faite par sa tutelle, la loi instituant la protection du droit d'auteur et des droits voisins de juillet 1987 précisait toutefois déjà le cadre juridique de l'action de l'ANPAC. En tant qu'organisme de gestion des lois collectives afin d'assurer la promotion des valeurs artistiques et culturelles gabonaises, ses pouvoirs étaient entre autres :

- Protéger et exploiter les droits des auteurs ;
- Administrer le droit d'exploitation sur le folklore ;
- Conférer à l'entrepreneur de spectacles la faculté de représenter des œuvres de l'esprit ;
- Le droit d'exploitation des œuvres tombées dans le domaine public ;
- etc.

⁶¹ Communiqué de la Présidence de la République portant composition du Gouvernement de la République le 12 janvier 2019.

⁶² Communiqué final du Conseil des Ministres du vendredi 16 novembre 2018.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Gaboneco (Ge), « Gabon : L'ANPAC sort de son mutisme », www.gaboneco.com, consulté le 11 janvier 2019.

3.1.3 Les autres institutions en lien avec la culture

En dehors du gouvernement qui met en place les politiques publiques culturelles via le ministère de la culture, d'autres institutions mènent des actions visant à assurer le mieux-être social. Elles organisent et soutiennent des projets culturels aux niveaux territorial et national. C'est le cas de l'Université Omar Bongo de Libreville (UOB)⁶⁵, du Système des Nations Unies, de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF), de l'Institut français du Gabon (IFG).

❖ *L'université Omar Bongo de Libreville*

Elle est un établissement public, à caractère scientifique, culturel et professionnel doté de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion financière. L'UOB exerce sous la tutelle du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique. Cependant, on retrouve dans l'une de ses missions la promotion des formes supérieures de la culture et de la recherche au plus haut niveau et au meilleur rythme de progrès. L'université publique gabonaise apparaît donc comme un espace important d'enseignement (compréhension) et de valorisation de la culture dans son approche sociologique. Notamment à travers la Faculté de lettres et sciences humaines qui comporte treize Départements abordant directement et indirectement la question. Les spécialités par niveau des formations sont encore plus précises dans ce sens; comme:

- Patrimoine et Gestion du patrimoine (département d'Anthropologie);
- Histoire des sociétés et civilisations africaines (département d'Histoire et Archéologie);
- Littérature, représentations et industries culturelles (département de Lettres modernes);
- Littératures et Cultures africaines contemporaines (département de Littérature africaine);
- Journalisme et Communication (département des Sciences de l'information et de la communication).

A ces domaines précis qui sont des offres de formations universitaires, on peut ajouter : le droit, la *sociologie du développement et du changement social, l'aménagement et la gouvernance des territoires*, qui permettent d'accéder aux fonctions de gouvernance. En cela, l'université gabonaise participe à la valorisation et à la sauvegarde de l'identité culturelle du Gabon.

❖ *Le Système des Nations Unies au Gabon : l'UNESCO*

Les actions de l'Unesco au Gabon découlent d'un programme de coopération entre le pays et l'Organisation sur une période donnée. Pour la période 2016-2017 par exemple, le parapheur regroupait 21 axes de coopération répartis à travers les domaines de compétences de l'UNESCO que sont: l'Education, les Sciences naturelles, les Sciences humaines et sociales, la Culture et la Communication et l'Information. Ces actions sont, notamment :

- Renforcer le cadre législatif et règlementaire en matière de culture ;
- Protéger, conserver et promouvoir le patrimoine culturel ;
- Promouvoir le patrimoine vivant, la créativité et la diversité des expressions culturelles ;

⁶⁵ « L'UOB a été créée en 1970, sous l'appellation d'Université nationale du Gabon (UNG). Elle a pris son nom actuel en 1974 », www.universiteomarbongo.org, consulté le 03 janvier 2019.

- Mobiliser la culture pour favoriser la réconciliation, la cohésion sociale et la paix.⁶⁶

- ❖ *L'Organisation internationale de la francophonie*

Le Bureau régional de l'OIF pour l'Afrique centrale (BRAC), basé à Libreville, accompagne le Gouvernement gabonais dans la mise en avant des projets de valorisation de la culture. En 2011, un comité tripartite (Gouvernement, Association Culture et Développement et OIF) a réalisé et rendu public un rapport d'étude sur l'identification du champ des industries culturelles au Gabon. Celle-ci visait notamment à mettre en lumière les réalités qui se rapportent aux industries culturelles sur l'ensemble territoire. Elle a abouti à l'élaboration d'un système d'informations de la dimension socio-économique de la culture, en ce sens où les filières culturelles constituent un ensemble d'activités génératrices de revenus (AGR). C'est à ce titre que le BRAC accompagne un certain nombre d'idées dont les proposants sont en majorité les jeunes.

- ❖ *L'Institut Français du Gabon à Libreville*

L'Institut français du Gabon fait partie du réseau mondial des instituts français. Son seul (et unique) siège a été inauguré en mai 1994 et se trouve à Libreville. Il abrite en moyenne 300 manifestations culturelles par année, offre son cadre à la jeunesse afin de présenter des idées nouvelles, des créations artistiques. L'ensemble de ses activités tiennent sur une programmation annuelle afin d'opérer une intermédiation entre les actants et le publics. Sa salle de spectacle de 400 places d'autres ainsi que d'autres espaces de son périmètre sont utilisés par des éditeurs du livre, des entrepreneurs culturels et même des établissements du secondaire et du supérieur. Selon le ministre de la culture, cette omniprésence est cependant « *inacceptable* ». Ce dernier déclarait, pour s'interroger, face aux médias le 09 avril 2018 que l'IFG marche sur ses platebandes en devenant « *un ministère de la Culture parallèle* »⁶⁷.

L'IFG organise, parfois en collaboration avec des entrepreneurs privés, près de 300 manifestations culturelles dans l'année. La salle spectacles sert de cadre pour des projections de films, du spectacle vivant, des ateliers de lecture, des formations dans le domaine de la culture. Le taux de fréquentation mensuelle s'élèverait à 6 000 spectateurs. Elle tient aussi une médiathèque avec différents ouvrages (littérature, histoire, science), en particulier des documents uniques sur l'histoire du Gabon (plus de 3 000 documents sur le pays). L'institut français du Gabon est cité dans la majorité des événements culturels indépendants en tant que partenaire.

3.2 Quelques événements et autres atouts culturels

Il s'agit de présenter les événements phares du calendrier culturel annuel gabonais ainsi que quelques autres atouts. Ici, ce sont des fêtes locales, des festivals de cinéma, des musées, des objets d'art que nous avons choisis. Nous pensons qu'ils doivent être montrés à la télévision car ils sont une richesse pour le pays. Certaines des manifestations relevées sont organisées par le ministère des Sports, des

⁶⁶ UNESCO, « L'intervention de l'UNESCO au Gabon. Culture », <http://ga.one.un.org>, consulté le 23 janvier 2019.

⁶⁷ Gabon Review, « L'IFG, « un ministère de la Culture bis » ? », gabonreview.com/blog/lifg-un-ministere-de-la-culture-bis/, consulté le 24 janvier 2019.

Loisirs, de la Culture et de l'Artisanat. L'institution communique chaque début d'année aux médias le planning de ces différents épisodes culturels populaires, comme cela a été le cas en février 2018 :

« Le calendrier culturel de cette année démarre avec le Quifilma. Un événement que nous avons lancé il y a deux ans. C'est une plate-forme qui vise, entre autres, à promouvoir tous les genres de films, à accompagner les cinéastes. Nous célébrerons aussi la 14e édition de la Fête des Cultures, destinée à la valorisation de nos cultures et à la promotion de notre vivre-ensemble. Il y a également "Gabon 9 provinces" dans sa deuxième édition. A la demande du président de la République, cet événement devra désormais donner lieu à des distinctions des provinces par catégorie et par genre. Il sera également marqué par la célébration de la Nuit des masques. »⁶⁸

Ainsi, en voici présentés certains de ces traits caractéristiques culturels :

❖ *Le Festival du film de Masuku*

C'est un événement local qui se veut de portée internationale. Il est présidé par la cinéaste gabonaise Nadine Otsobogo. Il s'agit d'une compétition des meilleurs films, surtout africains, qui traitent des questions liées à l'Environnement (biodiversité, urbanisme et enjeux environnementaux). Il appartient à l'association Festival de Masuku, « une association apolitique, culturelle » selon ses délégués. Le festival fait aussi une intermédiation entre les professionnels du cinéma, et le public.

❖ *La Fête des cultures*

Elle est organisée par le ministère de la Culture chaque année. Elle consiste en la promotion de la culture gabonaise dans sa diversité et permet un brassage culturel aussi bien entre les communautés établies qu'avec celles des pays invités. La fête des cultures met en avant le chant, le danse, le vêtement traditionnel, etc. Des jeux de société traditionnels voient compétitionner des participants venus des quatre coins du pays ; tout comme pour la course en pirogue.

❖ *Le Festival Gabon 9 Provinces*

Tenu également par le ministère de la culture, il fait référence aux 9 provinces que compte le Gabon. Ce festival annuel consacre tour à tour une journée aux acteurs culturels des provinces sur un même lieu. Les journées étant réservées aux expositions d'objets culturels et de l'art culinaire, un concert est animé chaque soir par les musiciens appartenant à la même province, le même jour. (Annexe 3)

Il vise à promouvoir la diversité culturelle nationale. Arrivé à sa deuxième édition en août 2018, il est par ailleurs considéré par les autorités publiques comme « un facteur de développement. »

❖ *Patrimoine naturel, culturel, Artisanat d'art*

- **Ecosystème et paysage culturel relique de Lopé-Okanda,**

C'est un espace naturel. Il présente une interface entre une forêt tropicale dense préservée et une savane qui abrite une diversité d'espèces animales et végétales. Un ensemble d'habitats pour les grands mammifères en voie de disparition. Il est agrémenté par des processus biologiques et

⁶⁸ BILIE-BY-NZE, Alain-Claude, Ministre d'Etat, Ministre chargé des Sports, des Loisirs, de la Culture et de l'Artisanat, cité par L'Union, « Agenda Culturel 2018 : Le Programme », www.union.sonapresse.com, consulté le 22 janvier 2019.

écologiques qui favorisent l'adaptation de ces espèces. De même qu'y sont aménagés des coins de recul pour l'homme. Le site fait partie des 16 parcs nationaux que compte le Gabon en dehors de ses 8 autres parcs marins. Il a été inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2007 dans la catégorie mixte (naturel et culturel).



Figure 4 Ecosystème et paysage culturel relique de Lopé-Okanda (1). ©Eric Loddé
Source : <http://ga.one.un.org>

C'est aussi un lieu qui témoigne en faveur de l'histoire des grandes migrations des peuples africains. En effet, on y trouve des vestiges d'œuvres d'art datant du néolithique et de l'âge de fer. Les chercheurs l'ont reconnu comme un axe du flux migratoire emprunté par non seulement les peuples *bantous* mais aussi par ceux originaires d'Afrique de l'Ouest qui ont bordé la vallée du fleuve Ogooué (figure 4, images de gauche).



Figure 5 Ecosystème et paysage culturel relique de Lopé-Okanda (2). ©Eric Loddé
Source : <http://ga.one.un.org>

- **Le Mont Iboundji**, le plus haut sommet du Gabon avec 972 m d'altitude. Il se situe près de la petite ville d'Iboundji dans la province de l'Ogooué-lolo.



Figure 6 Vue du Mont Iboundji depuis le village Boussimbi⁶⁹. ©Jean Lou

- **Le (nouveau) musée national des arts et traditions de Libreville**, dont l'ouverture est annoncée pour l'année 2019 par le gouvernement, devrait recevoir l'ensemble des documents et œuvres d'arts de l'ancien local ainsi que certaines provenant du musée du quai Branly en France.



Figure 7 Vue du bâtiment et du portique d'entrée du nouveau musée national. ©Gabonreview

- **Le pont de lianes de Poubara** (52 m) est situé dans la province du Haut-Ogooué (Est) près des chutes de Poubara et les installations du barrage hydro-électrique qui porte le même nom. Il relie les deux rives du vaste fleuve Ogooué et permet une traversée spectaculaire aux visiteurs, donnant une vue panoramique du paysage qui entoure l'étendue d'eau. Il a été construit en 1915. Quoique n'étant pas classé au patrimoine national, les descendants du concepteur s'attèlent à le conserver malgré les difficultés financières. Le site accueille plus de 1000 visiteurs par an.⁷⁰

⁶⁹ LOU, Jean, « Le Mont IBOUNDJI », http://carnetsdevoyages.jeanlou.fr/Le_Mont_IBOUNDJI/, consulté le 02 février 2019.

⁷⁰ Agence Gabonaise de Presse (AGP), « Art et Culture. Plus de 1000 touristes visitent le site de Poubara par an », <http://news.alibreville.com/h/80487.html>, consulté le 02 février 2019.



Figure 8 Le pont de lianes de Poubara vu d'en haut. ©Autre presse
Source : <http://news.alibreville.com/h/80487.html>



Figure 9 Les visiteurs prennent plaisir à parcourir les 52 m du pont
Source : <http://mbolo29.blogspot.com/2007/09/pont-de-lianes-chutes-de-poubara.html>

- **La pierre de Mbigou.** C'est une sculpture sur pierre de renommée mondiale. Son nom renvoie à une localité située au Sud-Est du Gabon, à savoir la petite ville de Mbigou. Les artisans font recours à cette matière et rivalisent de talent pour réaliser des objets intéressants sous différentes formes. La quantité des œuvres sur le marché traduit une démocratisation de la sculpture au Gabon.



Figure 10 Démonstration des techniques de sciage de la matière

Source : <http://bienvenuealibreville.blogspot.com/2015/06/intitiation-la-sculpture-sur-pierre.html>



Figure 11 La femme africaine sculptée sur la pierre de Mbigou

Source : <http://www.pantherland.net/sentier-africain/art/%E2%97%8A-la-pierre-de-mbigou/>

<http://catalogue.drouot.com/images/perso/phare/LOT/356/26659/319.jpg>

- **Le canyon de Léconi** fait partie du paysage attrayant de la province du Haut-Ogooué. En effet, situé au milieu de la savane dans la ville de Léconi près de la frontière avec le Congo, il attire d'abord les visiteurs du pays qui sont les premiers consommateurs du plaisir de la promenade des « plateaux Batékés » qui englobent le canyon et les autres espaces du bassin provincial.



Figure 12 Le Canyon de Léconi. ©Dan Grec
Source : <http://theroadchosome.com/gabon-highlands>

3.3 Animation et contrôle de l'espace audiovisuel gabonais

3.3.1 *Le Ministère de la Communication et de l'économie numérique, porte-parole du gouvernement*

C'est le Décret n° 035/PR/MCPEN portant attributions et organisation du Ministère de la Communication, de la Poste et de l'Economie Numérique, pris en application des dispositions de la loi n° 020/2005 du 3 janvier 2006, qui permet de comprendre les différentes missions de cette institution à travers sa structure organisationnelle. Tous les médias publics sont notamment placés sous sa tutelle et l'accompagnent dans « *la mise en œuvre de la politique du Gouvernement dans le domaine de la communication, de la poste et de l'économie numérique.* »⁷¹ En matière de communication, le même décret précise dans son article 3 qu'entre autres responsabilités, il est chargé « *de promouvoir l'image du Gabon; d'élaborer les politiques dans les secteurs de la communication, de la publicité et de la cinématographie et de veiller à leur exécution; de pourvoir à la formation des ressources humaines aux métiers de la communication* ».

3.3.2 *Le paysage audiovisuel gabonais avant la réforme de 2011 : les principales chaînes de télévision*

La première chaîne de télévision gabonaise a été créée le 09 mai 1963, trois ans après l'indépendance. Le Gabon entend alors se doter de moyens de communication modernes. Tout de suite, la Radiodiffusion Télédiffusion Gabonaise (RTG) se donne pour mission d'informer, d'éduquer et de divertir. La télévision va se construire très vite une image de marque en s'invitant dans le quotidien des gabonais. Elle n'a pas de concurrent sur le marché. C'est l'expertise française qui permet d'assurer les tâches qui relèvent de la partie technico-technologique. La RTG diffuse ses programmes en langue

⁷¹ Décret n° 035/PR/MCPEN portant attributions et organisation du Ministère de la Communication, de la Poste et de l'Economie Numérique, Article 2.

française. Les communiqués officiels, le journal télévisé, quelques courts-métrages, mais aussi certains programmes dans les langues locales en font les principaux programmes à caractère culturel. L'Etat finance la quasi-totalité des projets de la chaîne nonobstant quelques dons d'œuvres audiovisuelles étrangères comme la Belgique et la France.

Le passage à la télé couleur au Gabon se fera le 30 décembre 1975. Les autorités du pays dirigent la télévision nationale et l'utilisent pour leur communication. Les sollicitations à la RTG se multiplient, notamment celles des annonceurs. La publicité commence à occuper une place stratégique dans le fonctionnement de la chaîne. Toutes les thématiques se retrouvent dans la coloration de la chaîne. La politique et l'institutionnel se partagent les cases avec le sport, le social, l'économie, la culture, etc. C'est à ce titre que la deuxième chaîne de télévision nationale a été créée en 1977, à savoir la RTG 2. Son arrivée va changer les pratiques télévisuelles des gabonais même-si elle n'est accessible que dans les foyers de Libreville et ses environs. En effet, le téléspectateur va expérimenter pour la première fois le jeu de la « zappette » pour choisir la chaîne qu'il souhaite regarder. Les deux chaînes sont gratuites et il n'en existe pas d'autres en dehors d'Antenne 2 (France) qui est retransmise à 20 heures sur le signal de la « Une ».

Après 1990 et l'avènement de la démocratie, la pluralité des médias a pour sa part conduit la chaîne à se partager les parts du marché de l'audience avec les autres radios et la presse. Il en est de même pour la publicité qui n'est plus seulement vue à la télé. La RTG 1 (ex-RTG), tout en produisant, bénéficie davantage de sa coopération avec les médias français à l'exemple de CFI.

La structure duo-polistique du marché de l'audience va changer avec l'arrivée des chaînes privées telles que "la 3" (devenue Télé Africa) et TV Plus. Elles sont toutes aussi des chaînes gratuites et débutent dans la capitale avant de s'étaler sur l'ensemble du pays. Toutefois, il n'existe pas tout à fait une concurrence au regard des services offerts par les nouvelles chaînes. Mieux, la Première récupère toujours les plus gros annonceurs. Cette configuration est restée telle quelle pendant plusieurs années. Pourtant, il suffit d'une observation de courte durée pour se rendre compte de l'opacité du modèle d'affaire de cette chaîne. On dirait même qu'il n'existe pas et que c'est son statut de première chaîne qui prime sur tout autre critère. La RTG 1 est le média qui perçoit alors la plus grosse part de la contribution financière de l'Etat au développement des médias.

L'autre constat est que la programmation au sein de ces chaînes est incomprise par un public qui découvre peu à peu les chaînes du câble. Les programmes sont vieillissants et la routine n'intéresse plus. Les programmes produits par les chaînes ne durent pas. Certaines émissions de la tranche matinale (de 6h à 9h) et de l'avant-soirée (de 18h à 20h) résistent tout de même aux difficultés dans un marché moribond. Les défaillances techniques vues pendant la retransmission trahissent un problème d'adaptation aux nouvelles technologies. Les heures des rendez-vous avec le public ne sont pas respectées.

Ce tableau du paysage audiovisuel ainsi présenté explique les avis majoritairement défavorables pour les chaînes TV gabonaises. Tout ceci a un impact sur la qualité du service public qui est de « *répondre aux besoins et aspiration de la population en matière d'information, de communication, de culture, d'éducation et de divertissement* ». ⁷² Le manque de financement serait la cause de ces

⁷² UNESCO (2013), Etude sur le développement des médias au Gabon, en ligne.

dysfonctionnements. Le rapport de l'étude sur le développement des médias gabonais faite par l'Unesco date pourtant de l'année 2013, mais ses conclusions dépeignant véritablement la situation actuelle. Il souligne par exemple qu'aucun média gabonais ne fonctionne suivant le modèle de média de service public de l'audiovisuel.

3.4 La réforme de l'audiovisuel public

Les débats entre le Syndicat des professionnels de la communication (SYPROCOM) et le gouvernement autour du projet de modernisation de l'espace audiovisuel public sont (ré) apparus en 2008. Le ministre de la communication d'alors effectuait une descente sur le terrain afin de s'enquérir des conditions de travail des agents public de la radio et de la télévision nationales, un an après que ceux-ci se sont installés à la Maison Georges Rawiri⁷³, le nouveau siège social. Malgré les multiples tentatives, sa mise en œuvre n'interviendra que quatre ans plus tard sous la direction d'un autre homme politique en application du décret n°0725/PR/MCPEN du 21 juin 2011 qui fixe les modalités d'exécution de ce projet. Les changements ont véritablement commencés à être perceptibles à partir de l'année 2014 à travers le redéploiement des agents de la RTG 2 dans les effectifs de la RTG1 afin de rechercher un « meilleur rendement ».

Cette réforme peut se définir, de façon simple, comme la fusion des deux chaînes TV publiques et le rachat ou la création de nouvelles antennes dans l'optique d'améliorer l'offre quantitative et qualitative de programmes. Deux entités naissent officiellement aux termes des tractations essentiellement d'ordre administratif. Il s'agit de Gabon 1^{ère} et Gabon 24, et font partie du groupe Gabon Télévisions. Gabon 1^{ère} est un EPIC (établissement public à caractère industriel et commercial) tandis que Gabon 24 est placée sous la tutelle technique du ministère de la communication. La chaîne culturelle est annoncée comme la prochaine étape du processus.

Au lendemain des premiers effets de la réforme, la presse locale présente ce projet comme une « révolution du secteur ». L'équipe dirigeante du ministère de tutelle qui dirige alors ce projet précisait en septembre 2015 par la voix de son responsable : « *nos défis sont nombreux et je souhaite, en concertation avec l'ensemble des parties, définir et faire appliquer au plus vite les réformes nécessaires. Les Gabonais méritent des médias publics de qualité. Il faut donc tout faire pour leur offrir une information libre et éclairante.* »⁷⁴

Dans l'élan de cette action du gouvernement, une redevance audiovisuelle est mise en œuvre en vue d'encourager le développement de ces chaînes. De même, dans un souci de rendre plus optimal le contrôle des médias gabonais, l'Etat a fait remplacer le Conseil national de la communication (CNC) par la Haute autorité de la communication (HAC).

⁷³ Actuel siège social de la Radio et de la Télévision gabonaises baptisé du nom du premier directeur de l'ex-RTG, inauguré le 1^{er} décembre 2007 à Libreville.

⁷⁴ Le Nouveau Gabon, « Le ministère de la Communication relance le dossier des réformes de l'audiovisuel public », www.lenouveaugabon.com, consulté le 03 mars 2018.

3.4.1 La Haute autorité de la communication

C'est l'ordonnance n°00000010/PR/2018 du 23 février 2018 du Président de la République qui crée, organise et fixe les axes de fonctionnement de la Haute Autorité de la Communication (HAC). Ce, en remplacement du Conseil national de la communication (CNC). La HAC est une autorité administrative indépendante chargée de la régulation du secteur de la Communication⁷⁵ jouissant de l'autonomie de gestion financière. Ses missions sont, entre autres, de veiller en toute indépendance et impartialité: au respect de l'expression de la démocratie et à la liberté de la presse sur toute l'étendue du territoire; au contrôle des programmes et de la réglementation en vigueur en matière de communication et d'exploitation; au respect des quotas des programmes gabonais diffusés dans les médias publics et privés; à la défense et à l'illustration de la culture gabonaise par la radiodiffusion, la télévision et le cinéma.⁷⁶

3.4.2 Gabon Télévisions

Chaîne de télévision généraliste publique née en 2012 à travers le décret du 21 juin 2011 elle un établissement public à caractère industriel et commercial, doté de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion financière. Elle est l'émanation de la RTG 1 et la RTG 2 et est composée des personnels des deux anciennes sociétés. Elle a pris le nom « Gabon Première » au début de l'année 2018.

A la suite d'un investissement consenti par l'Etat pour la modernisation des services de l'audiovisuel public, la Maison Georges Rawiri est devenu officiellement en décembre 2007 le siège de Radio Gabon et de Gabon Télévisions. Cet apport « provisoire » visait à préparer les deux médias aux éventuelles évolutions technologiques qui se traduisent aujourd'hui par le passage de plusieurs chaînes africaines de l'analogie au numérique dans le traitement des images et du son.

3.4.3 La Redevance audiovisuelle et cinématographique

Elle était demandée unanimement pendant plusieurs années par les professionnels du secteur. Après avoir été votée au Parlement, la RAC a effectivement été mise en application au cours de l'année 2017 par le gouvernement. Alors que la question du financement des médias au Gabon entraîne un changement de paradigmes en contraignant les administrateurs des chaînes de se mettre au pas des nouvelles approches du marché des médias, elle a été introduite afin de participer au développement des chaînes publiques.

La RAC est une taxe imposée aux câblo-opérateurs exerçants sur le marché national. Son système de redistribution à la télévision, la radio et au cinéma est cependant incompris. L'évocation de la non perception de son utilisation intervient à plusieurs occurrences lors des assemblées générales des syndicats de l'audiovisuel. En effet, les professionnels de Gabon Télévisions et Radio Gabon en particulier affirment ne pas percevoir le moindre changement en comparant la gestion des deux entités avant et après l'injection de ce fonds. A ce propos, le ministre de la communication d'alors

⁷⁵ Journal officiel de la République gabonaise, n°386 bis du 27 février 2018, Article 2.

⁷⁶ Ibid., Article 4.

affirmait lors de sa visite des lieux le 23 mai 2018 : « *j’espère que la fameuse RAC qui fait couler tant d’encre servira à quelque chose* »⁷⁷.

En outre, les montants alloués aux ayants droit sont aléatoires même-si la plus grande part est réservée à la télévision. En somme, toutes les informations liées aux modalités de sa gestion et son utilisation ne sont pas accessibles.

3.5 Interprétation des données d’enquêtes sur la culture et la télévision au Gabon

Le numérique et l’internet nous ont permis d’atteindre le grand public (enquête quantitative) afin de recueillir son point de vue sur la valeur qu’il donne à la culture ainsi qu’à la télévision. Dans ce même grand public, les producteurs ou éditeurs de contenus audiovisuels gabonais (enquête qualitative) ont constitué la cible du second examen portant sur leur apport dans le paysage audiovisuel local ainsi que leur disponibilité à travailler avec Gabon Culture TV dans l’aménagement de sa grille des programmes (Annexe 4). En tout, notre population (échantillon) s’élève à 98 personnes vivant sur le territoire national, toutes classes sociales confondues, dont l’âge va de 17 ans à plus, répartie en deux groupes.

3.5.1 Résultats de l’enquête sur la perception de la culture et de la télévision au Gabon

Nous avons enregistré 92 répondants à l’enquête quantitative visant à évaluer la perception de la culture et des chaînes de télévision gabonaises. Le questionnaire qui leur a été soumis donne les résultats suivants :

- ❖ Sur la perception de la culture :

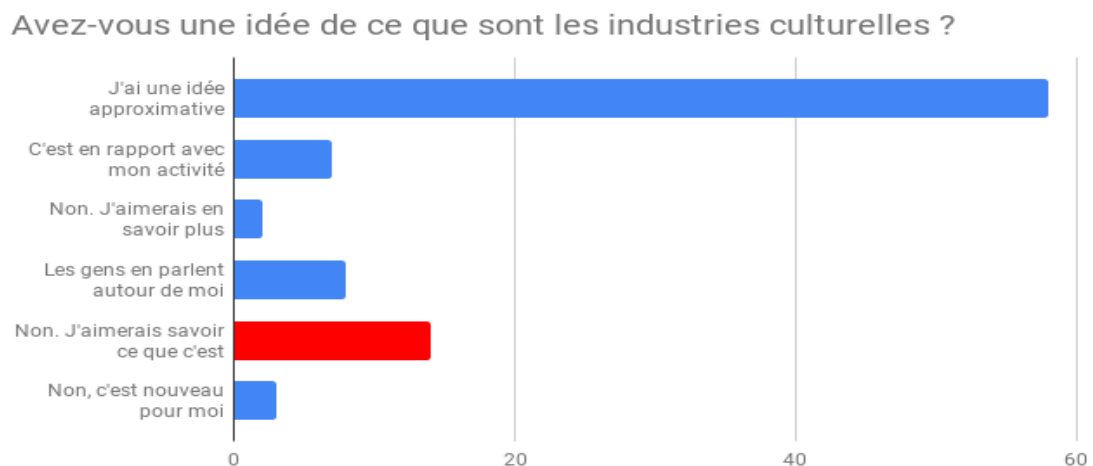


Figure 13 La notion d’industries culturelles perçue par les gabonais

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

⁷⁷ MAPANGO, Guy-Bertrand, Ministre d’Etat, Ministre en charge de la Communication et de l’Economie numérique, Porte-parole du Gouvernement, au cours d’une visite des locaux de Gabon 1ère, Libreville le 23 mai 2018.



Figure 14 La notion de patrimoine culturel perçue par les gabonais
 Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

• **Commentaires**

Les figures 12 et 13 donnent un aperçu de ce que pense le public gabonais de la Culture. 58 personnes, soit 63% reconnaissent avoir seulement une idée approximative de la notion d’industries culturelles, ajoutées aux 3 autres (3,2%) qui avouent ne pas savoir à quoi celle-ci renvoie. Or, de cette enquête réalisée avec cette population sur les connaissances en matière de culture, il en ressort que 15 (16,3%) disent exercer un métier corrélé ou entendent les gens aborder la question autour d’elles. Puis, il y a ceux qui admettent qu’il serait bon qu’on la leur explique, soit 16 personnes (17,4%).

Dans le même temps, le public a une idée confuse sur l’autre notion du patrimoine culturel. En effet, même-si la majorité des choix montre que ce sont les musées et les danses traditionnelles qui sont le plus revenus, ce même public n’hésitent pas intégrer le cinéma, le livre, le théâtre ou encore la musique dans ce qu’il perçoit réellement comme faisant partie du patrimoine culturel.

❖ Sur la perception de la télévision :

Par jour, combien de temps au total pensez-vous passer devant les chaînes TV gabonaises ?

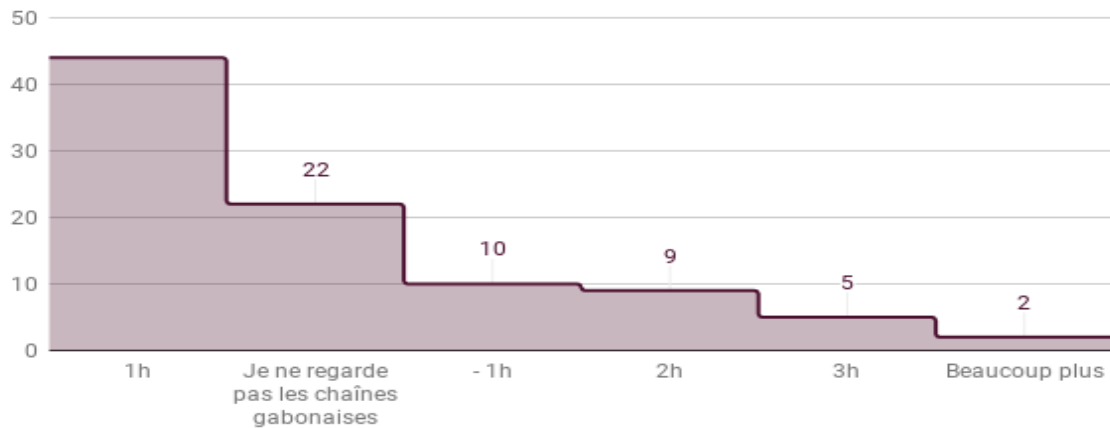


Figure 15 Budget temps-télé de la population gabonaise en heures (h)

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

Sur les chaînes de TV gabonaises, quels types de programmes préférez-vous ?

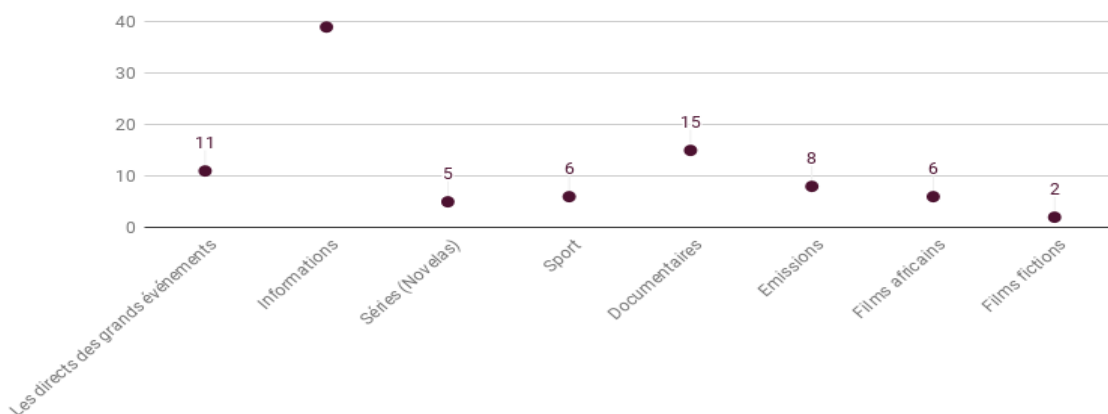


Figure 16 Les choix de programmes du téléspectateur gabonais

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

- **Commentaires**

Les figures 14 et 15 mettent en lumière le rapport entre le temps mis devant les chaînes TV gabonaises et la valeur de leurs programmes. 44 personnes fixent à 1h leur budget temps pour les chaînes nationales publiques et privées soit 47,8% de la population. Si le pourcentage de ceux qui n'accordent pas plus d'une heure aux programmes des chaînes gabonaises est de 11%, ceux qui ne regardent carrément pas ces chaînes sont au deuxième rang du podium avec 24% de la population.

De même, si le public n'a pas manqué de donner son avis sur la qualité des programmes de la chaîne publique (figure 16), il dit se contenter des contenus que les chaînes lui offrent. Les informations (trois éditions d'informations par jour), qui constituent en réalité son unique espoir de voir et comprendre des sujets qui ont trait à ce qui se passe autour de lui et auxquels il peut trouver son intérêt, arrive en

tête des choix avec 42,4%. S’en suivent les documentaires et les grands événements avec respectivement 16,3% et 12%.

Comment trouvez-vous les programmes de Gabon Première ?

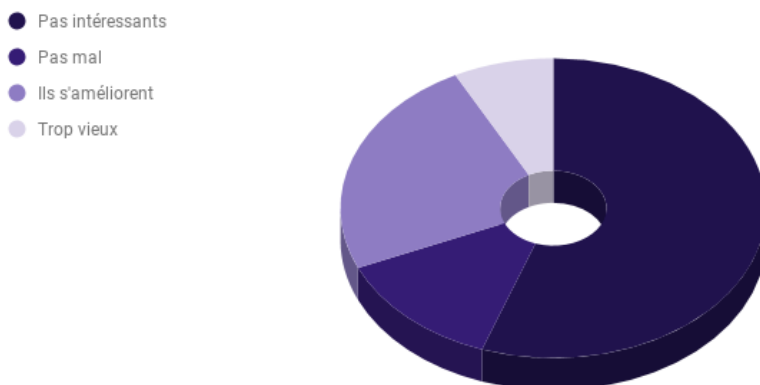


Figure 17 Graphique indicatif de la qualité des programmes de Gabon Première

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

A votre avis, la chaîne spécialisée Gabon Culture peut-elle permettre de ménager la chaîne généraliste Gabon Première ?

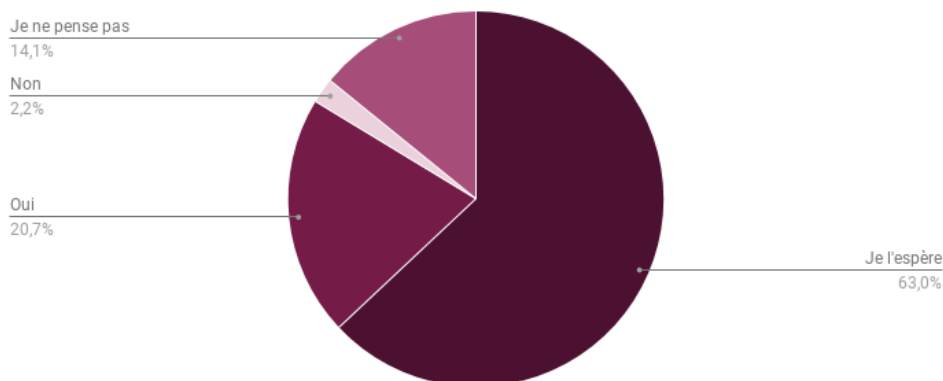


Figure 18 Graphique récapitulatif des attentes des téléspectateurs sur l’apport de Gabon Culture TV

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

• **Commentaires**

La figure 16 trahit clairement une faiblesse de la part de la première chaîne de télévision gabonaise. En effet, les données tirées de notre enquête montrent que plus de la moitié de sa principale raison d’exister (les téléspectateurs) l’a lâchée. 55,4% de la population trouvent que les programmes de Gabon 1^{ère} ne sont pas intéressants; 7,6% précisent qu’ils sont « trop vieux »; 24% affirment par contre que les programmes de celle-ci iraient en s’améliorant et 13% les jugent « pas mal ». A l’aide de ces données, on peut faire le choix de débattre sur le doute de la capacité de Gabon 1^{ère} à parvenir encore à supporter le poids de la demande quand une multitude d’événements se déroulent aux mêmes périodes. Car, depuis sa création elle est habituée à diffuser tout genre de contenu, à n’importe quelle heure, suspendant de la manière la plus prosaïque ses programmes, sans tenir compte de la

temporalité des téléspectateurs, qui est « *une disposition sociale et culturelle de construction de l'avenir* »⁷⁸, à travers laquelle ils organisent leur quotidien.

La figure 17, par conséquent, évalue le taux de croyance des téléspectateurs pour ce que pourrait changer Gabon Culture dans l'espace audiovisuel. Il lance surtout un autre débat, à savoir celui sur l'importance de disposer de deux chaînes appartenant au même groupe qui puissent procéder à des échanges de signaux lors des retransmissions en direct de grands événements. L'exemple de France 2 et France 3 pour la retransmission du Tour de France illustre bien ce cas de figure. Ce procédé a vocation à respecter la programmation des chaînes.

3.5.2 Résultats de l'enquête sur l'implication des producteurs ou éditeurs de contenus AV

L'enquête qualitative a enregistré quant à elle 6 répondants. Il s'agit des producteurs et éditeurs de contenus audiovisuels vivant au Gabon, tous ayant plus de 25 ans, exerçant à titre personnel ou privé. Ce sont pour la plupart des acteurs internationaux du secteur de la production audiovisuelle; c'est-à-dire qu'ils enregistrent quelques prestations à l'étranger ou diffusent leurs œuvres sur les chaînes étrangères. Ainsi, le questionnaire qui leur a été soumis donne les résultats suivants :

⁷⁸ MASY, James, « La temporalité, une disposition sociale et culturelle de construction de l'avenir », *Sociologie*, Toulouse, 2013.

Tableau 1 **DE LA MULTIPLICITE DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES GABONAISES A CARACTERE CULTUREL**

Questions	Tenez-vous votre propre société de production ?	Quel(s) type(s) de contenu(s) produisez/éditez-vous ?	Combien d'œuvres avez-vous déjà produit/édité ?	Vos œuvres abordent quelles thématiques ?	Les chaînes TV gabonaises ont-elles déjà diffusé vos œuvres ?	Pensez-vous que la chaîne spécialisée Gabon Culture accorderait une plus grande place à la culture ?	Détails
Editeur, Programmeur Gabon 1^{ère}	Non	Les grands événements			Les producteurs sont invités à diffuser chez nous	Oui, carrément	<i>La Direction des Programmes et de la Production a pour mission de fournir des contenus à diffuser sur l'antenne de la chaîne publique, Gabon 1ère.</i>
ALENE MARLENE	Non	Court métrage	+10	Culture et Tradition	Oui, mais pas assez	Je l'espère	
Nadine OTSOBOGO	Oui	Court métrage, documentaires, grands événements	7	Danse, Afrique, Environnement	Oui, plusieurs fois	Oui, carrément	
Samantha BIFFOT	Oui	Long métrage	7	Afrique, Famille, Humour, Santé	Non, c'est dommage	Je l'espère	
Sédrygue SOUNGANI	Oui	Court métrage	2	Famille et Société	Oui, mais pas assez	Je l'espère	
Amédée Pacôme NKOULOU	Non	Court métrage, long métrage	3	Culture et Tradition, Santé, Politique, Economie, Afrique, Famille et Société	Non, c'est dommage	Je l'espère	

Fiction: séries, série courte, courts métrage, documentaire, émission de flux

Une série tv de 2mm

Le concept de la série est d'utiliser les codes de réalisations dramatiques pour raconter les aventures d'une jeune femme esthéticienne des ongles. Au carrefour de tous les ragots de son quartier, Kumbe n'ignore aucune histoire et en crée certaines, pour pimenter ses journées de travail.

Je suis un cinéaste (Auteur-Réalisateur), mon travail cinématographique est consacré à la création d'œuvres cinématographiques qui incitent à une réflexion universelle. Je me consacre à la réalisation des films de fiction, mais également au genre documentaire de création. L'essentiel de mes œuvres englobe généralement des narrations très métaphoriques avec un rythme poétique.

Seriez-vous prêt à collaborer avec Gabon Culture TV pour l'aménagement de sa grille des programmes ?

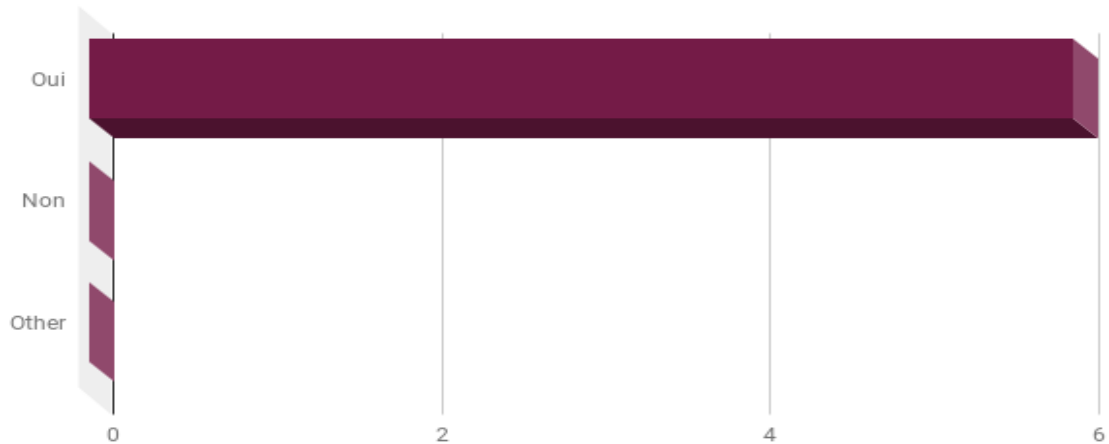


Figure 19 Valeur attribuée à Gabon Culture TV par les fournisseurs de contenus

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

Les producteurs sont des fournisseurs de contenus. Ils ont besoin d'un canal de diffusion de leurs œuvres. Gabon Culture TV est un tuyau dont ils attendent l'opérationnalité. La chaîne elle-même a besoin de produits pour remplir sa grille des programmes. C'est la déconstruction du rapport entre les tuyaux qui sont les chaînes et les contenus qui sont offerts par les producteurs. Ainsi, le diagramme ci-dessous montre de façon claire que tous les producteurs gabonais (6/6) sont non seulement favorables à la chaîne spécialisée mais se disent-ils aussi prêts à collaborer avec ses dirigeants.

Au terme des analyses des résultats de nos enquêtes, la première des choses à relever est le désintéressement des téléspectateurs gabonais de leurs chaînes de télévision. Ces chaînes, qui sont supposées « montrer » leurs réalités, leur quotidien, leur culture, sont frappées en réalité par crise multiforme. L'ingérence manifeste du politique influence la couleur des programmes qui sont offerts. Dans cet état des choses, la chaîne généraliste publique n'arrive finalement pas à satisfaire la demande. La culture occupe une très petite place dans les intentions de création de la richesse si bien que les producteurs culturels de l'espace audiovisuel proposent une kyrielle de contenus. Pouvons-nous dire de ce fait que la culture fait vivre la télévision et la télévision donne de la visibilité à la culture. Autrement dit, « si la television va bien, la culture aussi, et inversement. »

3.6 Débat sur « la télévision et les enjeux culturels pour le développement du Gabon »

La culture joue un grand rôle aujourd'hui dans le développement des pays avancés et ceux appelés émergents. Du fait de la mondialisation, entendue ici comme le flux des échanges observé à travers les médias traditionnels (chaînes TV et radios du câble), Internet et les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, etc.), le public gabonais met à jour ses connaissances générales en allant à la quête de nouvelles informations qui revêtent très souvent un caractère culturel.

Alors, les chaînes TV étrangères profitent-elles des limites du politique gabonais sur la question de l'importance de la valorisation et la conservation de l'identité culturelle gabonaise ? Quel est le niveau

de satisfaction du téléspectateur gabonais dans la consommation des programmes liés à la culture ?
Mais, d'abord, comment peut-on évoquer les enjeux de la culture dans le développement ?

❖ Enjeu politique

La culture est un facteur de cohésion sociale. L'implication du politique dans le développement de projets culturels lui confère un pouvoir sans conteste sur la population. Tout son intérêt à investir dans ce secteur se trouve donc dans la considération que le peuple peut lui vouer en retour. Dans cette même fonction politique, la culture intervient dans les négociations internationales. Cette affirmation est renchérie par Antoine Bailloeuil en 2013 alors qu'il présidait l'Association Lianes coopérations, le réseau régional multi-acteurs de coopération internationale en Hauts-de-France. Celui-ci indiquait pour sa part dans le "Guide pratique de la coopération internationale en Nord-Pas de Calais" que *« participer à une coopération culturelle internationale, c'est participer à la promotion de la diversité culturelle à travers le monde, en favoriser l'échange interculturel entre les différents partenaires et contribuer à nouer un dialogue entre les populations »*. A la lecture de cette citation, on peut se pencher sur le rôle que joue la diaspora dans la mise en valeur de la culture. Car, oui, la diaspora est un outil de la médiation culturelle.

En dehors du travail mené dans ce sens par les représentations diplomatiques, les acteurs de la diaspora organisés en associations de ressortissants vivant à l'étranger sont d'une grande importance pour le positionnement d'un pays, quel que soit le domaine dans lequel chacun exerce. C'est pour cela que nous établissons un lien entre le sport, par exemple, et la culture. Effectivement, les athlètes gabonais de la diaspora incarnent le Gabon et ses valeurs, ses potentialités. Ceux-ci sont porteurs de l'identité culturelle gabonaise et la véhiculent à l'étranger à chacune de leurs sorties. Les footballeurs professionnels Pierre-Émerick Aubameyang, Bruno Ecuélé-Manga, Mario Lémina (Royaume-Uni), les taekwondoïstes Anthony Obame et Maria Mouegha (Espagne) ou encore le basketteur Stéphane Lasmé (Grèce), représentent en effet le groupe des « acteurs culturels » qui donnent à s'intéresser un tant soit peu au Gabon à travers sa diversité aussi bien culturelle que naturelle.

❖ Enjeu culturel

Le développement de la culture intègre l'affirmation de la diversité culturelle en tant que richesse d'un Etat. Aborder la culture dans les médias revient à la valoriser et la présenter à l'international. L'industrialisation de la création artistique et/ou culturelle entraîne quant à elle des changements comportementaux au sein de la société de consommation. Les pratiques culturelles de cette même société n'étant pas immuables, une tendance suffit pour qu'elle se retourne vers la consommation du patrimoine culturel local, qu'elle opte pour l'entrepreneuriat culturel. De façon générale, l'enjeu culturel est de passer d'une société attentiste à une société créative.

❖ Enjeu économique

La culture ne doit pas être vue comme une dépense à perte. En effet, les pays industriels et même certains qui importent encore l'essentiel de leurs produits de consommation, portent désormais une attention particulière aux activités du champ culturel. C'est le cas de la France ; les données des trois dernières années sur l'économie culturelle de ce pays montrent une implication des différents acteurs culturels en fonctions des branches. Les experts en économie du secteur culturel relèvent d'ailleurs

que « en 2016, la somme des valeurs ajoutées des branches culturelles était de 44,5 milliards d'euros et représentait 2,2 % de l'économie française. »⁷⁹ L'audiovisuel génère beaucoup plus de valeur que les autres (voir tableau ci-dessous). En d'autres termes, l'économie des médias (la télévision) est clairement une activité dynamique.

Tableau 2 **POIDS (EN VALEUR AJOUTEE) ET PART RELATIVE DES BRANCHES CULTURELLES DANS LE CHAMP DE LA CULTURE ET DANS L'ENSEMBLE DE L'ECONOMIE, 1995-2016⁸⁰ (FRANCE)**

En milliards d'euros constants et %

	Valeur ajoutée			Part dans l'ensemble de l'économie			Part dans l'ensemble des branches culturelles		
	<i>(en milliards d'euros constants)</i>			<i>(%)</i>			<i>(%)</i>		
	1995	2015	2016 ^p	1995	2015	2016 ^p	1995	2015	2016 ^p
Audiovisuel	8,3	12,6	12,9	0,57	0,64	0,65	24,9	28,6	29,1
Spectacle vivant	3,9	7,0	6,8	0,27	0,35	0,34	11,7	15,7	15,4
Presse	7,2	5,5	5,3	0,49	0,28	0,26	21,5	12,4	11,9
Agences de publicité	3,7	4,9	5,1	0,25	0,25	0,25	11,0	11,2	11,4
Patrimoine	1,6	4,1	4,1	0,11	0,21	0,20	4,8	9,2	9,1
Architecture	1,9	3,3	3,3	0,13	0,17	0,17	5,8	7,5	7,4
Livre	2,1	2,5	2,5	0,15	0,13	0,12	6,4	5,6	5,5
Arts visuels	2,8	2,5	2,5	0,19	0,13	0,12	8,4	5,6	5,5
Enseignement	1,8	2,0	2,0	0,12	0,10	0,10	5,4	4,6	4,6
Ensemble culture	33,3	44,2	44,5	2,28	2,25	2,23	100,0	100,0	100,0
Ensemble de l'économie	1 460,0	1 966,8	1 992,3	100,00	100,00	100,00			

Source : <https://www.cairn.info/revue-culture-chiffres-2018-1-page-1.htm#>

Les branches culturelles sont des composantes de plusieurs corps de métiers. En cela, elles sont un secteur d'emplois variés que l'Etat doit capitaliser. C'est par des investissements réguliers que le secteur de la culture connaîtra un essor économique. Cet exemple de la France doit nécessairement interpellier les gouvernements africains.

❖ Enjeu environnemental

Vu l'importance du sujet mondialement abordé du réchauffement climatique, la sauvegarde de la nature préoccupe aussi bien les gouvernants que les acteurs culturels. Il s'agit notamment de ceux qui œuvrent pour la valorisation du patrimoine (naturel et culturel) tout en optant pour un usage responsable de tout ce qui rentre dans la catégorie des sites, comme les parcs nationaux. D'un autre point de vue, l'environnement (la forêt) est un lieu sacré dans les coutumes africaines. Il sert d'espace de méditation et de déroulement des cultes, c'est une source de ravitaillement de la matière pure reliée aux espèces animales et végétales. La symbolique de la forêt permet encore le recours aux rites et traditions conservés par certaines communautés. Ce patrimoine culturel et culturel intangible représente à notre égard un élément important à traiter dans les programmes de la chaîne culturelle gabonaise.

⁷⁹ PICARD, Tristan, « Le poids économique direct de la culture en 2016 », *Culture chiffres*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 1-16.

⁸⁰ Ibid.

❖ Enjeu technologique

Les plateformes numériques sont devenues le lieu phare où se déroulent la distribution et la diffusion des biens et services culturels. Les *majors* du domaine (les GAFAs) ont en effet rendu possibles les échanges directs et rapides entre le créateur/l'auteur/le producteur/le distributeur et le grand public. On parle de dématérialisation des supports. La culture obligerait donc les gouvernants à mettre en place les installations nécessaires à la dynamisation du marché des arts et de la culture.

De plus, le numérique contraint les managers d'entreprises culturelles à s'arrimer aux technologies avancées de l'information et de la communication. En adaptant leurs services aux possibilités offertes par l'internet, ces entreprises entraînent avec elles le grand public, qui a son tour se retrouve obligé de disposer d'outils modernes. C'est le cas de la télévision et le phénomène de multiplication des écrans. Arriver à satisfaire la demande en diffusant les mêmes contenus de façon simultanée sur un écran de télévision, sur tablette et sur mobile est un indicateur de la fracture numérique étant donné que cela implique la fiabilité du réseau internet.

Avant de clore de ce débat, nous tenons à insister sur notre postulat qui réside dans le fait que la relation entre la culture et la télévision est étroite en ce sens que chacune est vitale l'une pour l'autre. En plus, le statut de « quatrième pouvoir » attribué à la télévision donne de la visibilité à la culture. Autrement dit, la télévision donne à la culture le droit d'être comprise, pratiquée et protégée tout comme la culture donne de la valeur à la télévision. C'est en principe ce qui devait être au Gabon. Or, il existe un vide dans l'action publique globale de l'Etat. Avec les chaînes du câble, le téléspectateur n'a pas d'autres choix que de consommer massivement les chaînes TV des pays du Nord, d'Amérique du Sud et certaines du continent africain. Des émissions de télé réalité des chaînes françaises au cinéma nigérian dit Nollywood en passant par les *telenovelas* du Brésil, les câblo-opérateurs offrent une diversité de choix au public gabonais. A ce niveau, l'équilibre entre les deux extrêmes tend à plier complètement. Il est cependant vrai que l'ouverture à d'autres horizons est un plus pour le devenir de la société, mais il ne doit pas s'agir de s'ouvrir à tout. L'interventionnisme de l'Etat doit permettre de ramener le juste milieu dans la consommation des médias. L'une des manières pour y arriver est la chaîne culturelle gabonaise qu'il faut doter de tous les moyens afin d'intéresser le plus grand nombre de gabonais.

En conclusion, si le « bon vouloir » du politique l'amène à reconsidérer définitivement l'importance du rapport étroit qui existe entre la télévision et la culture, cela lui serait profitable.

TROISIEME PARTIE : LE PROGRAMMATEUR, UN AGENT ECONOMIQUE AU SEIN DES CHAÎNES DE TELEVISION

4 Chapitre 4 : Proposition d'une grille des programmes pour Gabon Culture TV

4.1 Présentation générale de l'idée

La grille des programmes destinée à la première chaîne thématique culturelle gabonaise Gabon Culture, que nous proposons au ministère de la Communication, est une maquette de programmation des contenus appropriés, modifiable, construite selon les genres télévisuels (fictions, jeunesse, informations, sports, magazines, documentaires, divertissements, jeux et acquisitions, les grands événements). La chaîne en elle-même est annoncée comme un établissement public à caractère industriel et commercial. Elle fait partie du groupe Gabon Télévisions né de la réforme audiovisuelle ayant pris effet à la suite du décret n°0725/PR/MCPEN du 21 juin 2011. L'Etat intervient toutefois dans le cadre de son organisation administrative.

La création de Gabon Culture vient répondre aux attentes des téléspectateurs qui, en s'habituant aux chaînes étrangères, se sont éloignés considérablement des valeurs culturelles propres à leur territoire. La majorité du public laissée à la merci des offres aguicheuses des câblo-opérateurs, eux-mêmes profitant du vide créé par l'inaction des chaînes nationales, montre une préférence inconditionnée aux chaînes du câble. La grille des programmes ici vantée a donc aussi valeur d'intégration nationale. Pour ce faire, il lui faut évidemment compter sur des fournisseurs de contenus qui traitent des sujets se rapportant directement ou indirectement aux pratiques courantes de la société gabonaise. En cela, la télévision culturelle permettra une réappropriation de la culture au sens large du terme. C'est tout l'enjeu de ce travail qui se veut professionnel.

Cela dit, la programmation télévisuelle est ainsi définie comme l'organisation chronologique des programmes d'une chaîne de télévision, sur une journée, une semaine ou une saison télévisuelle. Notre proposition est un tableau regroupant en cases des types de programmes que Gabon Culture peut diffuser. Cette grille vise également à positionner la chaîne sur le marché de l'audience en vue d'en tirer profit. Ce but recherché concerne aussi bien le public de l'ensemble du territoire que celui de l'extérieur. En effet, l'espace audiovisuel des pays de la sous-région Afrique centrale ne montre pas la présence d'une chaîne exclusivement orientée vers la promotion de la culture. Le Gabon est le premier pays à se doter d'un média public ayant la culture comme thématique.

Cependant, la chaîne n'est pas encore fonctionnelle. Pourtant, elle est déjà dotée d'une fréquence, d'un siège social et des équipements techniques de base. C'est pour cela que nous trouvons opportun de lui soumettre une grille des programmes afin de mieux préparer la réponse à la demande des acteurs culturels locaux et du public. Une telle grille doit être conçue en considérant les objectifs économiques de la chaîne. En effet, la diffusion de la culture sur ce canal va répondre non seulement à la demande des téléspectateurs mais aussi des entrepreneurs culturels, des producteurs de contenus audiovisuels et cinématographiques.

Afin de mieux schématiser notre idée de grille des programmes, nous choisissons de la nommer GriPro-GC 001.

La mise en œuvre de GriPro-GC 001 ou le fonctionnement de Gabon Culture ne saurait s'effectuer en niant l'existence de quelques difficultés qu'il conviendrait d'évoquer afin de tenter de s'en affranchir.

4.2 Les objectifs de la grille des programmes GriPro-GC 001

Elle participe à la fragmentation du public. Gabon Culture est en quelques sortes une côte de Gabon 1^{ère}, la « chaîne mère ». En s'invitant sur le marché, elle permet de décharger la chaîne généraliste du groupe Gabon Télévisions, également d'emporter avec elle une partie du public. La programmation se veut adaptée aux nouvelles approches de l'économie des médias. Elle entend donner du sens, de la valeur, et surtout une identité à la chaîne. Elle s'inspire aussi des chaînes TV du monde ayant pour vocation de traiter de la culture et qui arrivent à faire de l'audience.

Gabon Culture est une marque. En ce sens, il convient donc de relever l'hypersensibilité du public, due à son nom qui renvoie directement à l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent le pays. Les traits visuels et sonores (sa charte graphique) que les spécialistes en la matière s'attacheront à bien élaborer l'aideront ensuite à construire son identité. Le discours et l'action purement marketing dans lesquels elle doit s'inscrire devraient *in fine* lui donner une place de choix dans l'environnement médiatique gabonais. Toutes les projections cadrant avec le développement de la chaîne devront être mentionnées dans un cahier des charges. Nous considérons que la programmation est une tâche stratégique. Elle va avec le savoir managérial en matière de financement des médias.

4.3 Les besoins directs pour le fonctionnement de Gabon Culture

4.3.1 Des équipements

En sachant que la chaîne a vocation à produire massivement des œuvres audiovisuelles, il serait intéressant de miser sur le volet technique et technologique. Son évolution tiendra sur sa capacité à s'adapter aux chaînes similaires françaises, c'est-à-dire les chaînes disponibles sur le câble qui abordent la même ou d'autres thématiques (ARTE, Infosport, National Geographic, Science & Vie TV, Discovery Science, Voyages, Ushuaïa TV...). Pour ses débuts, la chaîne a déjà besoin de moyens techniques modernes. Il s'agit des outils de base du fonctionnement d'une société de production audiovisuelle. Ce sont des caméras dont la qualité est de pointe au regard des ambitions de la chaîne. Il lui faut aussi des bancs de montage, des plateaux modernes (plateaux mobiles). Ces équipements renforceront le cas échéant l'existant, car les prémices de la « livraison » officielle du média montrent néanmoins que du matériel de travail a été livré.

4.3.2 Des ressources humaines qualifiées

Gabon Culture doit recruter un professionnel de la programmation avant tout. En effet, le programmeur joue un rôle primordial dans le fonctionnement d'une chaîne. Au sens industriel du terme, il gère la grille qui, elle, traduit la vision qu'il a des attentes du public et de la chaîne. C'est aussi lui qui donne forme à la ligne éditoriale en organisant la rencontre entre le programme (son contenu) et le téléspectateur à travers la grille.

Concernant l'orientation éditoriale de la chaîne, la qualification du groupe des professionnels devant animer l'antenne (émissions, reportages, magazines, etc.) est plus requise. Comprendre le champ culturel et ses dimensions symbolique et économique est une valeur cardinale chez le journaliste ou l'animateur d'une telle chaîne de télévision. Pour cela, le présent projet intègre a posteriori la formation rapide des journalistes aux métiers de la culture, à l'économie des plateformes numériques (réseaux sociaux, *pure players*, GAFA). Les profils des techniciens y affectés sont aussi importants. Des séances de formation en collaboration avec les réalisateurs indépendants sont donc nécessaires. Car, l'utilisation des caméras adaptées au tournage des documentaires, par exemple, demande une mise à niveau du technicien. Il en est de même pour les monteurs et infographistes dont la curiosité et l'inventivité sont à prendre en compte.

4.3.3 Du financement

Certes, en tant qu'Epic Gabon Culture devra chercher elle-même à tirer profit de ses activités quotidiennes en commercialisant ses offres, tout en profitant d'une part de la redevance. Mais l'Etat doit intervenir en allouant un fonds de roulement pour le lancement officiel de la chaîne. En effet, en matière d'économie, l'interventionnisme de l'Etat assure le bien-être social.

L'allocation d'un fonds public doit intégrer l'achat de moyens de locomotion afin de subvenir aux besoins évidents de déplacements rapides des responsables et des agents de la chaîne. L'Etat doit également doter Gabon Culture d'au moins une voiture régie pour les productions à l'extérieur de la centrale ; comme la production des grands événements. A terme, les dirigeants de l'entreprise devront fonctionner sur fonds propres tirés de ses activités. Une programmation des dépenses par objectifs viendrait dès lors à point nommé.

Tableau 3 **PREVISIONS DE LA PROGRAMMATION BUDGETAIRE PAR OBJECTIFS**

Tâches	Investissement <i>productions, achats, etc.</i>	Fonctionnement <i>salaires, équipements, missions, etc.</i>	Réserve <i>souveraineté</i>	Communication <i>image, publicité</i>	Autres <i>social, bâtiment</i>
Taux d'allocations budgétaires	40%	35%	15%	5%	5%

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

Cette programmation peut changer en fonction de l'environnement. Par exemple, la part allouée à l'investissement peut être revue à la baisse si la chaîne dispose déjà des stocks remplis. Le reste serait alors reversé dans les provisions. D'où la notion d'objectifs qu'il faudrait décliner dans un cahier des charges.

4.4 La co-conception et la co-production des contenus

Ces étapes mettent en lumière les principaux acteurs de la chaîne des valeurs de la conception et la production des contenus.

❖ *La co-conception*

- Le Ministère de la Culture ;
- Les hôtels et agences de voyages ;
- Les grandes entreprises ;
- Les annonceurs (ex : fournisseurs d'accès à Internet) ;
- Les partenaires conseils : le Système des Nations Unies, la Francophonie, l'Agence nationale des parcs nationaux (ANPN), l'Institut français du Gabon ;
- Les producteurs ;
- Les ONG et Associations ;
- Etc.

❖ *La co-production*

La chaîne doit faire de l'intégration verticale, c'est-à-dire qu'elle produira elle-même certains contenus afin de limiter les dépenses. Mais, en plus, elle pourra s'attacher les services d'autres sociétés de productions, nationales ou internationales. Par exemple :

- La Cellule de production audiovisuelle du ministère de la communication ;
- L'Institut gabonais de l'image et du son (IGIS) ;
- Les producteurs indépendants ;
- Les promoteurs/diffuseurs (ex : les salles Canal Olympia de Libreville et Port-Gentil) ;
- Agence nationale des infrastructures numériques et des fréquences (ANINF) ;
- Etc.

Dans cet élan, il faut évidemment tenir compte du décalage qui existe entre la production et la programmation. Au programmateur d'anticiper, car « *la production des programmes les plus prestigieux et en conséquence les plus coûteux de la télévision est décidée longtemps à l'avance.* »⁸¹

4.5 La cible

Les téléspectateurs "tout public" constituent le cœur de cible du programmateur de Gabon Culture. Il doit œuvrer pour le rétablissement de la confiance entre la chaîne et le public. Etant donné que les chaînes doivent rester cohérentes avec leur mode de financement (redevance et publicité), elles cherchent à satisfaire le maximum des personnes et non pas tous les téléspectateurs. C'est un des objectifs de la programmation. Gabon Culture doit tâcher de préserver ses rapports avec son public. Ainsi, les producteurs de contenus télévisuels, les acteurs culturels et le public en sont la cible générale. Le pouvoir exécutif pour son devoir d'aménageant de cet espace, est apostrophé de façon déductive par la présente proposition.

4.6 Constitution de la grille

Les programmes de Gabon Culture pourraient s'inspirer, d'une part des événements à caractère culturel de l'hinterland, du patrimoine naturel et culturel gabonais d'autre part. Hormis les productions dites lourdes (les directs), la chaîne devrait être en mesure d'accéder aux marchés national et

⁸¹ MOUSSEAU, Jacques, « La programmation d'une chaîne de télévision », *Communication et langages*, n°80, 2^{ème} trimestre 1989. pp. 74-89.

international afin de placer ses propres œuvres et de s’y procurer celles des autres. Le programmeur, en vue de fidéliser le public, pourrait suivre les trois étapes suivantes :

- **Programmation stratégique** : sur un mois ;
- **Programmation opérationnelle** : sur une semaine ;
- **La conduite d’antenne** : sur une journée.

Pour notre proposition de grille, nous choisissons le type de programmation opérationnelle.

4.7 Gestion de l’audience et coût de la grille

« Une chaîne TV est un acteur économique et sa pérennité dépend de ses recettes et de ses coûts. Cependant, le public est vital pour cette activité : “sans public, pas de télévision.”⁸² Cela explique que l’économie de la télévision prend très au sérieux la notion d’audience, autrement dit l’élément quantitatif qui désigne le grand public. Ainsi, la fonction économique et managériale du programmeur doit pouvoir permettre de gérer les trois paramètres suivants : audience-recettes, coût-audience et recette-coût.⁸³

Le coût de la grille doit être fixé en fonction des objectifs de recette de la chaîne. C’est sur cette base que le programmeur construit la grille des programmes cohérente avec les objectifs d’audience et de coût. En cas de balance déficitaire des recettes, la chaîne (le programmeur) peut revoir à la baisse les objectifs de la chaîne. Si la balance est excédentaire, elle peut revoir ses objectifs à la hausse. Le coût de la grille devra être calculé 2 à 3 fois dans l’année ou en fonction des saisons télévisuelles. Cela va sans dire que Gabon Culture devra adapter ces notions au contexte du marché. La révision du coût pourrait se faire en janvier (saison de janvier à mai), en juin (saison de juin à août) et en septembre (saison de septembre à décembre).

4.8 La grille de programmation GriPro-GC 001

⁸² DAVID, Jérôme, *Financement des médias et de la communication*, cours dispensé à l’Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

⁸³ Ibid.

Tableau 4 **PROGRAMMATION OPERATIONNELLE EN PERIODE SCOLAIRE DE GABON CULTURE TV**

Tranches	Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Tranche du matin De 06h à 12h	Le WE des P'tits : Dessins animés, Mag jeux enfants, "La leçon du samedi", Mag conso, "Musiques, chants et danses du terroir",	Le WE des P'tits : Dessins animés, Mag jeux enfants, "La leçon du dimanche", Mag conso, "Musiques, chants et danses du terroir",	Les matins de Gabon Culture : Revue de presse, Dessins animés, "Un jour, une leçon", Documentaire, Musique/Comédie, Jeu 1 ^{ère}	Les matins de Gabon Culture : Revue de presse, Dessins animés, "Un jour, une leçon", Mag Découvertes rediff, Musique/Comédie, Jeu 1 ^{ère}	Les matins de Gabon Culture : Revue de presse, Dessins animés, "Un jour, une leçon", Cinéma Africain rediff, Musique/Comédie, Jeu 1 ^{ère}	Les matins de Gabon Culture : Revue de presse, Dessins animés, "Un jour, une leçon", Mag reportages rediff, Musique/Comédie, Jeu 1 ^{ère}	Les matins de Gabon Culture : Revue de presse, Dessins animés, "Un jour, une leçon", Cinéma USA rediff, Musique/Comédie, Jeu 1 ^{ère}
Le 12-17	Vox Populi, Infos, Cinéma, Sport direct, Le Grand Débat, Série	Vox Populi, Infos, Cinéma, Mag Ecoles/Lycées/Universités rediff, Série	Les aprem' de Gabon Culture: Talkshow, Cinéma, Documentaire, Dessins animés, Jeu 2 ^{ème}	Les aprem' de Gabon Culture: Talkshow, Cinéma, Mag Ecoles/Lycées/Universités rediff, Dessins animés rediff, Jeu 2 ^{ème}	Les aprem' de Gabon Culture: Talkshow, Cinéma Africain rediff, Dessins animés rediff, Regard sur les quartiers rediff, Jeu 2 ^{ème}	Les aprem' de Gabon Culture: Talkshow, Cinéma, Mag Découvertes rediff, Jeu 2 ^{ème}	Les aprem' de Gabon Culture: Talkshow, Mag Diaspora rediff, Mag Culture urbaine direct, Jeu 2 ^{ème}
Après-école After school	Dessins animés, Mag Artisanat d'art	Dessins animés, Mag Artisanat d'art	L'Emission direct	L'Emission direct	L'Emission direct	L'Emission direct	L'Emission direct
Avant-soirée Access prime time	Série, Infos	Série, Infos	L'Access : Musique exclu, Série, Vox Populi, Infos	L'Access : Musique exclu, Série, Vox Populi, Infos	L'Access : Musique exclu, Série, Vox Populi, Infos	L'Access : Musique exclu, Série, Vox Populi, Infos	L'Access : Musique exclu, Série, Vox Populi, Infos
Première partie de soirée Prime time	Magazine des sports direct	Magazine de la Diaspora	Mag Ecoles/Lycées/Universités direct, Rétro cinéma Monde	Les soirées de Gabon Culture : Cinéma USA, Mag Rites & Traditions	Mag Découvertes (sites et patrimoine), Mag Territoires, Cinéma Autres	Le Grand Débat, Mag Diaspora (ITW, portraits)	Les soirées de Gabon Culture : Cinéma Africain, Mag reportages
Deuxième partie de soirée	La nuit du spectacle vivant : Théâtre/Comédie	Soirée Documentaire (Histoire du monde)	↓	"Les Médiateurs du mardi soir"	↓	↓	"L'Invité du vendredi soir"
Troisième partie de soirée	Concerts	----	"Regard sur les quartiers" (mag sensibilisation)	"Musiques, chants et danses du terroir"	↓	↓	"Musiques, chants et danses du terroir"
Programmes de la nuit De 00h à 6h	Magazine dédié aux lieux de fêtes (clubs)	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.	Rediffs : Documentaires, Magazines, Musique, etc.

4.8.1 Légende et interprétation de la grille

La programmation dans les cases de la grille entend respecter les créneaux ou tranches horaires de la télévision. Ceux-ci sont des sortes d'indicateurs sociologiques permettant de faire fonctionner l'appareil économique de la chaîne.

- L'après école (*after school*) – de 17 heures à 18h30
- L'avant-soirée (*access prime time*) et l'avant-première (*prime time*) – de 18 heures à 20 heures et de 20 à 22 heures
- La deuxième partie de soirée – de 22 heures à 23-24 heures

*mag : magazine ; *direct : en direct ; *rediff(s) : rediffusion(s) ; *conso : consommation ; *exclu : exclusivité

Le tableau ci-dessus de la programmation opérationnelle en période scolaire de Gabon Culture TV⁸⁴ offre à la fois des programmes de stock et des programmes de flux. Les créneaux de couleurs sont très importants pour le programmeur/éditeur de la chaîne car elles sont les moments où le nombre de téléspectateurs présents devant l'écran accroit. La confiance des annonceurs envers l'entreprise dépend des contenus qui sont diffusés dans ces tranches. L'après-école ou l'après-travail, comme son nom l'indique, correspond au temps où le téléspectateur rentre de son lieu d'occupation quotidienne afin d'honorer tour à tour ses rendez-vous avec la chaîne. L'avant-soirée est composé d'une dose de détente et de solennité avec les informations dont le choix de la case a tenu compte de la concurrence qui les passe un peu plus tard. Cela permettra de gagner en premier les mêmes annonceurs que les autres. La première partie de soirée est consacrée durant les sept jours de la semaine aux programmes de valeurs, des productions les plus lourdes et les plus chères. La deuxième partie de soirée l'est moins même-si les programmes diffusés en *prime time* peuvent atteindre ses cases. Les programmes de la nuit seront quant à eux des rediffusions essentiellement pour les débuts de la chaîne.

La grille GriPro-GC 001 propose aux téléspectateurs une diversité de programmes aux genres variés à caractère culturel. Elle propose sept (07) grands repères à sa cible. Ce sont des formules. La première formule est **le week-end des p'tits** dans la tranche du matin. Elle vise à « réveiller » les plus jeunes avec des dessins animés, des jeux, un cours sur la culture, de la musique traditionnelle pour les aider à fredonner les chansons de leur terroir, des programmes courts traitant de consommation et de croissance (le fameux « *pour bien grandir, mangez cinq fruits et légumes par jour* »). Suit, **la nuit du spectacle vivant** le soir pour voir ou revoir les concerts de musique, des festivals et autres. Le troisième grand repère est **la soirée documentaire** dimanche soir. De lundi à vendredi, la matinale dénommée **les matins de Gabon Culture** passe une revue de la presse, du dessin animé mais aussi des informations, du jeu ; l'après-midi (de 12h à 17h) est agrémentée par **les aprèm de Gabon Culture** (talkshow, film, documentaire, du dessin animé et la deuxième partie du jeu du matin) aussitôt suivis

⁸⁴ Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

par *l'access* qui propose une ou plusieurs exclusivités issues de l'industrie du disque, une série et les informations. Enfin, *les soirées de Gabon Culture* (mardi et vendredi) pour les premières diffusions des programmes avant des éventuelles rediffusions sine die.

4.8.2 Présentation de la corrélation active entre les acteurs de la chaîne des valeurs induite par la grille

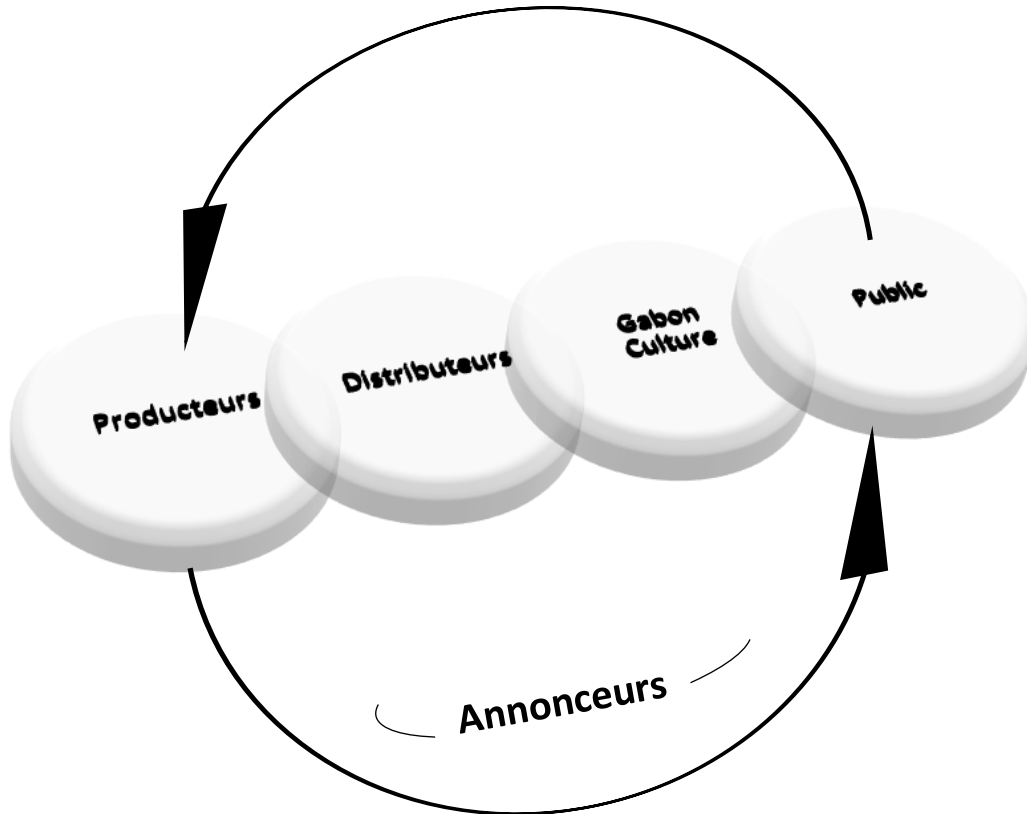


Figure 20 Schéma du circuit normal de consommation des œuvres AV et cinématographiques gabonaises

Source : Aimé Mannix Rachid MONDJOT

Après l'étape de la création/conception (les réalisateurs) que nous choisissons ici d'inclure dans la production comme présupposée, le produit audiovisuel et/ou cinématographique est mis sur le marché à destination des chaînes dont Gabon Culture. Celle-ci le diffuse, après acquisition, à destination de sa cible qui y accède gratuitement. Cela justifie la forte demande. Les besoins de la cible sont adressés à la chaîne via les nouveaux canaux rapides de communication que sont les réseaux sociaux. Or, Gabon Culture ne fait pas que de l'intégration verticale; elle utilise son réseau de producteurs de contenus. Donc, la demande s'adresse indirectement aux producteurs. Il y a donc un jeu d'offre et de demande qui est mis en lumière par l'intermédiaire de la chaîne. Les annonceurs, comme des électrons libres, observent ces mouvements intéressants avant de décider de placer leurs annonces publicitaires à la chaîne.

4.9 Essai d'élaboration d'un modèle d'affaire pour la durabilité de Gabon culture

4.9.1 *Modèle économique*

Il est le même que pour tout média. Il faut attirer non seulement le maximum d'annonceurs mais surtout les plus gros afin de financer la chaîne. Les programmes doivent à tout prix plaire au public et battre la concurrence. Pour ce faire,

« Le programmeur doit faire preuve d'imagination, mais aussi de séduction pour attirer vers lui les meilleures idées, les meilleurs producteurs et animateurs, les meilleurs films et séries, et enfin d'autorité pour, lorsqu'ils disposent de ce qui existe de meilleur dans la télévision du moment, obtenir le meilleur de leurs talents »⁸⁵

Etant donné qu'au niveau national, une seule chaîne domine le marché (situation de concurrence monopolistique), il faut arriver à créer une fracture de cette typologie en proposant aux téléspectateurs à la fois « le nouveau et le meilleur ». L'unicité de l'offre de biens informationnels télévisuels (BI) doit amener à proposer des versions différentes de ces BI. Dans cette approche, l'insertion d'émissions dynamiques interactives va copier le modèle économique de la télé réalité : coupures publicitaires et appels surtaxés. Une telle stratégie économique signerait l'apparition d'une technique à l'évidence jamais encore utilisée par les chaînes TV du Gabon.

4.9.2 *Rafraichissement de la programmation : l'acquisition des programmes*

Il existe cinq modes d'acquisition des programmes.⁸⁶

- **L'achat des droits** du producteur. Cela se fait soit directement en liaison avec un producteur soit lors des marchés des programmes où distributeurs/ayants droit et diffuseurs/éditeurs se rencontrent. Par exemple le MIP-TV (Marché international des programmes de télévision) et le MIPCOM (Marché international des programmes de communication), se déroulant respectivement en avril et en septembre à Cannes en France ;
- **Le préachat**, qui consiste à acheter un programme qui n'existe pas ou qui n'est pas encore terminé. Le programme est parfois encore à la phase projet. Cette pratique permet d'une part le financement de la production locale puisque le producteur délégué payera la production de son programme avec l'argent issu de l'arrangement avec le diffuseur. Le pré achat sert d'autre part au diffuseur à retenir le programme pour lui avant sa sortie et tenir d'emblée la concurrence à distance ;
- **La co-production**, la chaîne finance en partie la production du programme ;
- **La production exécutive**, la chaîne paie intégralement les coûts de production du programme et devient propriétaire de tous les droits de celui-ci ;
- **La production interne**. La chaîne procède à ce niveau à une intégration verticale. Elle produit avec ses propres moyens, aussi bien financiers que techniques.

⁸⁵ MOUSSEAU, Jacques, « La programmation d'une chaîne de télévision », *Communication et langages*, n°80, 2^{ème} trimestre 1989. pp. 74-89.

⁸⁶ DAVID, Jérôme, *Financement des médias et de la communication*, cours dispensé à l'Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

La chaîne peut aussi lancer des appels d'offres à destination des producteurs dans une communication officielle afin de compléter sa grille des programmes. Cette communication interpelle dans le même temps les annonceurs. Il y a une intention de préservation de son image, de positionnement à travers cet ensemble de pratiques.

4.9.3 Stratégie de communication digitale

Dans l'optique de contribuer à la campagne de communication et image de Gabon Culture, de rechercher une proximité avec le grand public et les employés, les outils les plus efficaces sont les réseaux sociaux (RS) surtout face à la situation de rejet des médias publics. Principalement, Facebook, Twitter Instagram, et YouTube. Il s'agit du *community management*.



La stratégie de propagation de nos publications entend profiter du phénomène du *like* et du partage, une sorte de numérisation du bouche à oreille. Les RS permettent également aux abonnés de suivre des *replays* des numéros d'émissions les plus regardées.



En dehors des RS, il faut prévoir un site web. Gabon Culture doit se positionner comme une rédaction bi-média et procéder à une économie de gamme. C'est-à-dire, qu'elle fait intervenir les mêmes professionnels à la fois à la télé et sur le web. Cela permet d'éviter des recrutements supplémentaires et réduire les coûts de fonctionnement.

L'idée d'un site internet porte bien un caractère stratégique. Ici, il est question de d'utiliser la technique dite *web first* qui donne (quelques fois) la primeur aux internautes (exclusivités, révélations, rapports...) en attendant leur développement dans les éditions d'informations et d'émissions.

4.10 Des obstacles au bon fonctionnement de Gabon culture TV

La télévision publique gabonaise connaît certains problèmes qu'il convient d'en relever les origines. La nécessité de les connaître est un préalable au lancement dans l'espace audiovisuel du pays d'une nouvelle chaîne TV. En clair, la réussite du projet de mise en place de Gabon Culture dépend de plusieurs ordres. On peut classer le politique (l'Etat) au sommet de l'échelle des principales forces en présence, parce qu'il peut décider de la poursuite ou de la suspension de son exécution. S'en suit le contexte économique ou la situation du marché qui est une sorte de miroir pour les dirigeants. Les

ressources humaines auxquelles sont collés le triptyque « qualification – dynamisme - curiosité », sont aussi un élément important. Leur prise en compte assure une durabilité du résultat escompté.

Le schéma ci-dessous présente les causes probables qui pourraient freiner la machine avant, pendant et après lancement de la chaîne.

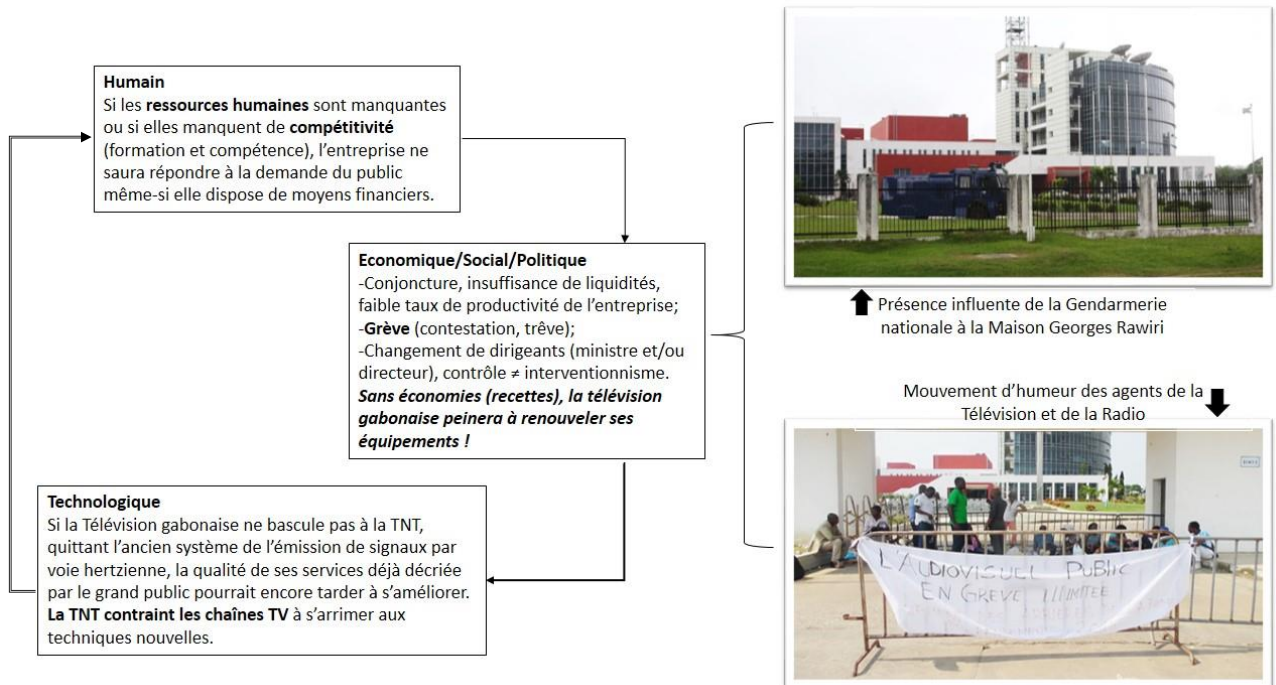


Figure 21 Philosophie du caractère aléatoire du développement de l'AV public gabonais

Source: Aimé Mannix Rachid MONDJOT

La réussite de Gabon Culture TV, à partir de son lancement attendu par ceux qui ont la fibre culturelle jusqu'à son plein fonctionnement, repose sur la volonté du politique à doter la population d'une chaîne qui traite des sujets liés à ses pratiques de consommation. Cette volonté doit être un contenant vaste qui compresse toutes les exigences sans lesquelles il ne serait pas possible d'y parvenir : finances, compétence, compétitivité. Cependant, la structure du marché des médias locale reste un paramètre fort déterminant.

Conclusion générale

A l'issue de tout ce qui précède, il ressort que le champ culturel constitue véritablement un secteur d'avenir pour les pays visant à atteindre l'émergence, en particulier ceux du continent africain. Les définitions anthropologique et économique de la culture, à savoir qu'elle est aussi bien l'ensemble des traits distinctifs d'un peuple donné qu'un ensemble d'activités (socio) économiques regroupant une kyrielle de métiers, montrent qu'elle peut être considérée comme un relais de croissance prioritaire des économies. Elle s'est adjugée au fil des années une partie du pouvoir d'apporter un souffle nouveau aux décideurs politiques dans l'accomplissement de la mission fondamentale qui est la leur de garantir un emploi à chaque citoyen actif. Il est question aujourd'hui d'industrialisation de la culture, de conservation et de valorisation du patrimoine culturel. A n'en point douter, la culture est une solution pour le développement.

Or, les pays, essentiellement ceux du Nord, qui sont parvenus à développer ce secteur dans le but de le rentabiliser, se sont longtemps penchés sur des stratégies d'information et de formation à l'intention des populations. En effet, pour amener un peuple à se saisir d'une cause noble d'intérêt national, il faut aussi faire recours aux moyens de communication dont dispose le pays. Les médias traditionnels rentrent effectivement en ligne de compte au un moment où soit le besoin de savoir est manifeste soit le désintérêt pour ce que d'aucuns considèrent comme de simples « petits métiers » se généralise. Au Gabon, les activités culturelles sont négligées et le patrimoine culturel n'est pas assez valorisé. Leur utilité est de fait mal perçue si bien que ce pays, confronté à la crise mondiale du pétrole, cherche à diversifier son économie. C'est en ce sens que le rôle de la télévision est de fédérer tous les acteurs afin qu'ils s'expriment en une même langue et tirent des conclusions d'un commun accord au débat portant sur l'importance de la culture. La télévision contribuerait au développement participatif de même qu'elle ferait passer en filigrane le message de la valeur de l'identité nationale.

Au terme de ce plaidoyer qui met en évidence le rapport indissociable entre télévision et culture, il convient de reconnaître que le paysage audiovisuel gabonais se présente -ou est en train de se présenter- tel que l'indifférence du peuple vis-à-vis des médias en général du service public ne leur permet pas de mieux comprendre la culture. C'est d'autant plus inquiétant que le marché (le public) est d'emblée coopté par les médias étrangers : chaînes du câble, plateformes numériques, etc. Comme une riposte, les décideurs politiques ont annoncé le lancement prochain d'une chaîne de télévision dédiée exclusivement à la culture.

En effet, la réforme de l'audiovisuel public amorcée par le ministère de la communication en 2011 a entraîné la création de deux chaînes TV opérationnelles ; à savoir : la chaîne généraliste Gabon 1^{ère} en 2012 et Gabon 24 spécialisée dans les informations en continu en 2016. Il s'agit d'établissements publics à caractère industriel et commercial. Ce processus de modernisation entend segmenter le public en le dotant de plusieurs canaux. Il est prévu qu'il se poursuive avec le lancement de la chaîne Gabon Culture qui se chargera de la promotion de la nature et de la culture. Cependant, le public et les producteurs de contenus qui avaient applaudi cette annonce découvrent avec le temps que leur chaîne ne sera pas disponible à temps si bien qu'elle occupe déjà un bâtiment faisant office de siège social et possède un équipement technique. Si le transfert des compétences à cette chaîne se dit être encore en cours, les nombreux remaniements ministériels du gouvernement intervenus entre 2017 et

2018 ont tout de même vu se succéder trois ministres de la communication dont les cahiers des charges sont –ou ont été– différents.

Le retard de la livraison de la Gabon Culture apparaît cependant comme une opportunité. En effet, nous intervenons dans ce projet d'envergure en travaillant sur la problématique de l'utilité d'une chaîne TV publique gabonaise dédiée à la promotion culturelle. L'objectif étant d'amener le ministère de la communication, porteur du projet, à reconsidérer les enjeux de ce média, inédit pour les professionnels et le public. Ainsi, afin de mieux en préparer le lancement, et plus tard le fonctionnement, la grille des programmes que nous avons élaborée et proposée coïncide avec la demande du public et celle des producteurs de contenus audiovisuels et cinématographiques gabonais. Elle met notamment l'accent sur le documentaire, le cinéma, les grands événements, le talkshow, les programmes pour enfants, le débat, la musique et l'info-divertissement, entre autres. Cette grille se distingue de celle de la chaîne généraliste par deux traits : la nature ou le caractère culturel que le contenu de ses programmes présente aux téléspectateurs, la couleur des informations.

A lumière des informations, analyses et réflexions que nous avons détaillées dans ce travail, nous-nous sommes rendu compte que les producteurs voient d'autres horizons pour la diffusion de leurs multiples œuvres, qu'ils ne s'expliquent pas non plus le fait de ne pas voir leurs productions dans les programmes des chaînes nationales. En revanche, nous avons pu recueillir leurs avis quant à un éventuel appel à collaborer avec l'administration de Gabon Culture pour l'enrichissement de sa grille. Ils sont producteurs d'émissions, de documentaires, de séries, de films, de grands événements, et bien d'autres.

En plus des producteurs, le public s'est également prononcé. Non contre nos attentes, il pointe du doigt la chaîne généraliste en s'offusquant de sa facilité à tout institutionnaliser dans ses programmes. Aussi, relèvent-ils le non rafraîchissement des programmes de Gabon 1^{ère}. Vu les avis de la population qui a répondu à nos enquêtes, la télévision publique gabonaise se doit de « se réconcilier » avec les téléspectateurs. Le public évoque un problème de générations. C'est donc fort de tous ces avis qu'il s'est montré quelque peu dubitatif quant à la venue de Gabon Culture. Sur ce point, nous-nous sommes concentrés pour trouver une stratégie de fonctionnement de la chaîne en ligne. Effectivement, la télévision du 21^{ème} siècle se sert des plateformes numériques, des sites web et des réseaux sociaux pour entretenir une complicité avec ses communautés. Le modèle d'affaire, en supplément de ce travail, a lui aussi toutes les capacités de permettre à la chaîne de se positionner tant qu'elle s'adapte aux techniques modernes de la télécommunication.

Finalement, nous pensons vivement que ce travail qui s'est voulu scientifique et professionnel soit regardé avec grand intérêt par les autorités du Gabon, qui ont bien pensé en initiant une modernisation du paysage audiovisuel public de ce pays.

« Choisissez un travail que vous aimez et vous n'aurez pas à travailler un seul jour de votre vie. »

Confucius

Bibliographie

❖ Ouvrages

DERVILLE, Grégory, *Le pouvoir des médias : Mythes et réalités*, Grenoble, 2005.

DESLANDES, Ghislain, *Le management des médias*, Paris, 2008.

JOST, François, *Comprendre la télévision et ses programmes*, 2e édition, Paris, 2009.

LE CHAMPION, Rémy, DANARD, Benoît, *Les programmes audiovisuels*, Paris, 2014.

LE GRIGNOU, Brigitte, NEVEU, Erik, *Sociologie de la télévision*, Paris, 2017.

MIEGE, Bernard, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, 2017.

❖ Articles

« Notes de lecture », *Réseaux*, vol. 180, no. 4, 2013.

ABOUDRAR, Bruno Nassim, MAIRESSE, François. « Chapitre premier. Culture et médiation », *La médiation culturelle*, Paris, 2018.

BORDEAUX, Marie-Christine, « La médiation culturelle. Des dispositifs et des modèles toujours en tension », *L'Observatoire*, vol. 51, no. 1, 2018.

BRUNEL, Patrick, « Démocratisation de la culture », *Etudes*, Tome 416, 2012.

CHANTEPIE, Philippe, « Prospective culturelle », *Culture & Médias 2030. Prospective de politiques culturelles*, sous la direction de Ministère de la Culture et de la Communication. Ministère de la Culture - DEPS, 2011.

CHAUMIER, Serge, MAIRESSE, François. « Présentation », *La médiation culturelle*, Paris, 2013.

LERICHE, Frédéric, SCOTT, Allen J., « Hollywood, un siècle d'industrie cinématographique », *L'Économie culturelle et ses territoires*, Toulouse, 2010.

LERICHE, Frédéric, SCOTT, Allen J., « L'économie culturelle et ses territoires : quels enjeux ? », *L'Économie culturelle et ses territoires*, Toulouse, 2010.

MASY, James, « La temporalité, une disposition sociale et culturelle de construction de l'avenir », *Sociologie*, Toulouse, 2013.

MOUSSEAU, Jacques, « La programmation d'une chaîne de télévision », *Communication et langages*, n°80, 2ème trimestre 1989.

PICARD, Tristan, « Le poids économique direct de la culture en 2016 », *Culture chiffres*, vol. 1, no. 1, 2018.

❖ **Rapports, journaux, textes législatifs et entretiens**

Communiqué de la Présidence de la République portant composition du Gouvernement de la République le 12 janvier 2019.

Décret n° 035/PR/MCPEN portant attributions et organisation du Ministère de la Communication, de la Poste et de l'Economie Numérique, Article 2.

Entrevue réalisée en ligne avec le Jean-Steeve DOUMBENENY, Journaliste, Conseiller en charge de la Communication du Président de la Haute Autorité de la Communication (HAC), janvier 2019.

Entrevue réalisée en ligne avec Patricia OZOUNGET ONTCHANGALT, Journaliste, Directrice des Programmes de Gabon 1^{ère}, de février 2018 à janvier 2019.

Entrevue réalisée en ligne avec Sosthène-Maixent NDONG ABA'A, Conseiller du Ministre chargé des Sports, des Loisirs, de la Culture et de l'Artisanat, décembre 2019.

Entrevue réalisée en présentiel avec Prosper TONDA, Journaliste, Directeur Général Adjoint de la Communication – Direction Générale de la Communication, Ministère de la Communication, Libreville, de mai à septembre 2018.

Entrevue réalisée en présentiel avec Raymond MAYER, Anthropologue, Professeur des Universités, Réalisateur, Fondateur de l'Université Franco-Gabonaise Saint-Exupéry, Libreville, août 2018.

Journal télévisé de 20H de Gabon 1^{ère} (Reportage), « Spectacle de musique de Martin ROMPAVET au Casino Croisette », Libreville, août 2016.

Ministère du Commerce, Projet d'appui à la lutte contre la pauvreté au Gabon, 2015.

UNESCO, Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles de 1986.

UNESCO, Etude sur développement des médias au Gabon de 2013.

Loi n°1/87 du 29 juillet 1987 instituant la protection du droit d'auteur et des droits voisins.

Constitution de la République Gabonaise du 23 juillet 1995, Article 2.

Décret n°0725/PR/MCPEN du 21 juin 2011 portant création de Gabon Télévisions.

Communiqué final du Conseil des Ministres du vendredi 16 novembre 2018.

❖ **Mémoire**

BERAMBAÏ, Goïdjé, *Patrimoine-école, les enjeux de la médiation culturelle des bibliothèques en direction des jeunes : cas des élèves des écoles secondaires gouvernementales de Ndjamena*, Mémoire de Master Université Senghor d'Alexandrie, 2013.

❖ **Séminaires et colloque**

Colloque « PPPN, de la Pierre au Papier, du Papier au Numérique », Université Senghor à Alexandrie, du 26 au 28 février 2019.

D'ALMEIDA, Francisco, *Les filières industrielles*, cours dispensé à l'Université Senghor, mars 2018.

DAVID, Jérôme, *Financement des médias et de la communication*, cours dispensé à l'Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

DEDOLIN, Jean, *Politiques publiques culturelles*, cours dispensé à l'Université Senghor, avril 2018.

PFLIEGER, Sylvie, *Economie des industries et des programmes culturels*, cours dispensé à l'Université Senghor à Alexandrie, janvier 2019.

VINUELA, Ana, *Conception et élaboration d'un dossier de production*, cours dispensé à l'Université Senghor, mars 2019.

❖ Webographie

gabonreview.com/blog/lifg-un-ministere-de-la-culture-bis/

http://carnetsdevoyages.jeanlou.fr/Le_Mont_IBOUNDJI/

<http://ga.one.un.org/content/unct/gabon/fr/home/about/organisation-des-nations-unies-pour-leducation--la-science-et-la.html>

<http://news.alibreville.com/h/80487.html>

<http://universiteomarbongo.org/uob/index.php/l-universite/histoire>

<http://www.banquemondiale.org/fr/news/feature/2014/01/12/le-gabon-mise-sur-l-internet-a-haut-debit>

<http://www.eramet-comilog.com/>

<http://www.ga.undp.org/content/gabon/fr/home/countryinfo.html>

<http://www.gaboneco.com/gabon-l-anpac-sort-de-son-mutisme.html>

http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/25-fr.aspx#.XIL5mlgzblU

<http://www.lenouveaugabon.com/com/2309-9493-le-ministere-de-la-communication-relance-le-dossier-des-reformes-de-l-audiovisuel-public>

<https://education.toutcomment.com/article/quels-sont-les-pays-traverses-par-l-equateur-13109.html>

https://fr.wikipedia.org/wiki/John_Logie_Baird

<https://www.france24.com/fr/20120816-emetteur-tv-chaine-opposant-andre-mba-obame-incendie-ali-bongo-union-nationale>

<https://www.histoire-pour-tous.fr/inventions/744-invention-de-la-television.html>

<https://www.jeuneafrique.com/mag/238185/economie/television-qui-est-pret-pour-la-tnt-en-afrique/>

<https://www.letudiant.fr/etudes/ecoles-specialisees/toutes-les-formations-pour-travailler-dans-l-audiovisuel-13277/audiovisuel-a-la-production-et-la-programmation-10452.html>

<https://www.monde-diplomatique.fr/1982/05/LANGER/36707>

<https://www.union.sonapresse.com/gabon-culture-societe/agenda-culturel-2018-le-programme-17221>

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/television-economie-et-usages/>

www.histoire-image.org/fr/etudes/14-avril-1931-premiere-demonstration-publique-television-france

Liste des illustrations

Figure 1	Cartographie du Gabon et ses frontières.....	ix
Figure 2	Première démonstration publique en France de la télévision par l'ingénieur René Barthélemy à l'Ecole supérieure d'électricité [à droite]. © <i>L'illustration</i>	11
Figure 3	Carte africaine des pays ayant respecté le délai de passage à la TNT (2015).....	21
Figure 4	Ecosystème et paysage culturel relique de Lopé-Okanda (1). © <i>Eric Loddé</i>	31
Figure 5	Ecosystème et paysage culturel relique de Lopé-Okanda (2). © <i>Eric Loddé</i>	31
Figure 6	Vue du Mont Iboundji depuis le village Boussimbi. © <i>Jean Lou</i>	32
Figure 7	Vue du bâtiment et du portique d'entrée du nouveau musée national. © <i>Gabonreview</i>	32
Figure 8	Le pont de lianes de Poubara vu d'en haut. © <i>Autre presse</i>	33
Figure 9	Les visiteurs prennent plaisir à parcourir les 52 m du pont	33
Figure 10	Démonstration des techniques de sciage de la matière	34
Figure 11	La femme africaine sculptée sur la pierre de Mbigou.....	34
Figure 12	Le Canyon de Léconi. © <i>Dan Grec</i>	35
Figure 13	La notion d'industries culturelles perçue par les gabonais	39
Figure 14	La notion de patrimoine culturel perçue par les gabonais.....	40
Figure 15	Budget temps-télé de la population gabonaise en heures (h)	41
Figure 16	Les choix de programmes du téléspectateur gabonais.....	41
Figure 17	Graphique indicatif de la qualité des programmes de Gabon Première.....	42
Figure 18	Graphique récapitulatif des attentes des téléspectateurs sur l'apport de Gabon Culture TV	42
Figure 19	Valeur attribuée à Gabon Culture TV par les fournisseurs de contenus	45
Figure 20	Schéma du circuit normal de consommation des œuvres AV et cinématographiques gabonaises...	56
Figure 21	Philosophie du caractère aléatoire du développement de l'AV public gabonais	59

Liste des tableaux

Tableau 1	DE LA MULTIPLICITE DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES GABONAISES A CARACTERE CULTUREL 44
Tableau 2	POIDS (EN VALEUR AJOUTEE) ET PART RELATIVE DES BRANCHES CULTURELLES DANS LE CHAMP DE LA CULTURE ET DANS L'ENSEMBLE DE L'ECONOMIE, 1995-2016 (FRANCE) 47
Tableau 3	PREVISIONS DE LA PROGRAMMATION BUDGETAIRE PAR OBJECTIFS 51
Tableau 4	PROGRAMMATION OPERATIONNELLE EN PERIODE SCOLAIRE DE GABON CULTURE TV 54

Annexe 1

MINISTÈRE DE LA COMMUNICATION ET DE
L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE, PORTE PAROLE DU
GOUVERNEMENT

SECRETARIAT GÉNÉRAL

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMMUNICATION



N° 000829 /MCENCAT CEPIC/SG/DGACOM

Libreville, le 06 Août 2018

Note

Λ

Madame le Secrétaire Général
Libreville

Objet: Du Stage de Monsieur **MONDJOT Aimé Mannix**.

Madame le Secrétaire Général,

Dans le cadre du stage professionnel qu'effectue actuellement Monsieur **MONDJOT Aimé Mannix** matricule N° 171937F à la Direction Générale de la Communication depuis le 7 mai 2018 et prorogé pour les besoins de recherche jusqu'au 31 août 2018, un travail de terrain s'impose désormais pour crédibiliser les données que l'impétrant proposera au jury de son université en vue d'obtenir un Master Professionnel en Développement africain, spécialité : Communication et Média.

En effet, Agent de Gabon Télévisions, Monsieur **MONDJOT Aimé Mannix** a été autorisé par le Ministère de la Fonction Publique à effectuer un stage de formation verticale d'une durée de deux ans à l'**Université Senghor d'Alexandrie** en Egypte.

A ce titre, il doit effectuer un travail de terrain qui consiste, d'une part, à collecter les données au sein des institutions et, d'autre part, à réaliser des interviews et des entretiens avec les Hommes de culture aussi bien des médias que des institutions reconnus en la matière, afin de lui permettre de structurer son mémoire dont le thème est : **"La nécessité d'une chaîne publique spécialisée dans la promotion et la diffusion de la Culture gabonaise : Proposition d'une grille de programmes pour Gabon Culture"**.


Dans cette optique, nous sollicitons votre autorisation écrite et portant votre visa adressée à l'ensemble des personnalités et institutions ressources liées à la culture ainsi qu'aux Médias.

Ce document officiel émanant de notre département ministériel lui donnera accès à l'ensemble des sources recherchées pour la réalisation de son travail.

Tel est, Madame le Secrétaire Général, le contenu de cette note.

Vos instructions m'y obligeraient.

Respects.

**Le Directeur Général Adjoint**
Prosper TONDA

Annexe 2

MINISTÈRE DE LA COMMUNICATION ET
DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

SECRETARIAT GÉNÉRAL

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMMUNICATION

N° 000830 /MCEN/SG/DGACOM



AUTORISATION D'ACCÈS AUX SOURCES D'INFORMATIONS

Je soussignée, Madame **Liliane MASSALA**, Secrétaire Général du Ministère de la Communication et de l'Économie Numérique, autorise Monsieur **MONDJOT Aimé Mannix**, matricule N°171937F, à entreprendre un travail de terrain auprès des hommes et des femmes de culture aussi bien des médias que des institutions reconnues en la matière, ou autres selon la spécificité de son travail de recherche.

Ces derniers sont tenus de lui accorder l'accès aux sources d'informations, dans l'optique d'enrichir son travail de recherche qui entre dans le cadre de son stage professionnel en vue d'obtenir un Master Professionnel en Développement africain, spécialité : Communication et Média.

Ce document lui est délivré pour servir et valoir ce que de droit.

Le Secrétaire Général

08 AOUT 2018



Liliane MASSALA

Annexe 3 : Festival Gabon 9 Provinces, Libreville 2018



Deuxième journée de la 2^{ème} édition du Festival Gabon 9 Provinces à Libreville retransmis en direct sur Gabon 1^{ère}.
©Aimé Mannix Rachid MONDJOT



Neuf spectacles de musique produits par une société privée... ©Aimé Mannix Rachid MONDJOT



...mobilisant des milliers de personnes en fonction de la programmation. ©Autre

Annexe 4 : Les questionnaires

Questionnaire d'Évaluation aux producteurs/éditeurs sur l'Utilité d'une Chaîne TV Gabonaise dédiée à la Culture

A vous producteurs et éditeurs, merci de l'intérêt que vous portez à mon questionnaire. En effet, vous êtes le cœur de cible dans mon projet professionnel. Les réponses que vous donnerez à ces questions ne serviront uniquement qu'à construire un travail de recherche dans le cadre d'une formation universitaire. Si vous souhaitez partager ce questionnaire avec d'autres professionnels du même corps que le vôtre, pourvu qu'ils exercent sur le territoire gabonais, ce serait un autre apport de votre part qui donnerait plus de poids aux avis à retenir. Sans vouloir vous imposer quoique ce soit, je vous demanderais de croire que le délai de retour attendu est proche, soit le 06 février prochain.

Je vous prie de trouver ici l'expression de ma reconnaissance.

Nom et Prénom

Votre âge est compris entre 25 et 55 ans*

Oui | Non | +55 ans

Êtes-vous de nationalité gabonaise ?*

Oui | Non

Êtes-vous installé au Gabon ?

Oui | Non

Vos activités de producteur/éditeur se font-elles au compte de l'Etat en tant que fonctionnaire ?*

Oui | Non

Tenez-vous votre propre société de production/d'édition ?*

Oui | Non

Quels types de contenus produisez/éditez-vous ?*

Court métrage | Long métrage | Clips-vidéos | Les grands événements | Musique enregistrée | Livre | Autre...

Vous pouvez donner plus de précisions sur les contenus que vous produisez/éditez ici si vous le souhaitez...

Combien d'œuvres avez-vous déjà produit/édité ?

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | +10 |

Quelles sont les thématiques qui sont abordées dans vos productions/éditions ?*

Culture et Tradition | Santé | Environnement | Politique et Economie | Afrique | Mariage | Circoncision et Initiation | Famille et Société | Autre...

Vos films ont-ils déjà été diffusés sur les chaînes de télévision gabonaises ?

Cette question est réservée aux producteurs de contenus audiovisuels

Oui, plusieurs fois | Oui, mais pas assez | Non, c'est dommage | Non, je ne l'ai pas souhaité | Autre...

Pensez-vous que la chaîne thématique Gabon Culture accorderait une plus grande place à la culture ?*

Oui, carrément | Je l'espère | J'en doute | Non, ce n'est pas évident | Autre...

Seriez-vous prêt à travailler avec ladite chaîne pour l'aménagement de sa grille des programmes ?*

Oui | Non | Autre...

Questionnaire d'enquête sur le point de vue du public sur la Culture et la Télévision au Gabon

Merci à vous tous de contribuer à la recherche qui porte sur l'utilité d'une chaîne de télévision publique gabonaise dédiée à la culture, au moment où la culture va devenir un levier de la croissance dans les Etats africains. Vos réponses seront utilisées dans le cadre d'une formation universitaire.

Adresse e-mail*

Prénom et Nom

Êtes-vous ?*

Élève | Etudiant | Professionnel | Sans emploi |

Votre âge est compris entre...*

17 et 20 ans | 20 et 23 ans | 23 et 25 ans | 25 et 27 ans | 27 et 29 ans | 29 et 31 ans | 31 et 33 ans | 33 et 35 ans | 35 ans et plus

Avez-vous une idée de ce que sont les industries culturelles ?*

J'ai une idée approximative | C'est en rapport avec mon activité quotidienne | Les gens en parlent autour de moi | Non, c'est nouveau pour moi | Non. J'aimerais savoir ce que c'est | Ça ne m'intéresse pas ! | Autre...

Le patrimoine culturel, selon vous c'est...*

Les musées | Les bâtiments | La forêt | La musique | Le théâtre | Les danses traditionnelles | Les concerts de musique | Le cinéma | Le livre

Combien de temps par jour au total pensez-vous passer devant les chaînes de TV gabonaises ?*

1h | 2h | 3h | Je ne regarde pas les chaînes gabonaises | Autre...

Sur les chaînes de TV gabonaises, quels types de programmes préférez-vous ? *

Sport | Séries *Novelas* | Documentaires | Films fictions | Informations | Films africains | Emissions | Clip-vidéos | Les directs des grands événements

Comment trouvez-vous les programmes de Gabon Première ?*

Pas intéressants | Trop vieux | Pas mal | Ils s'améliorent | Ça me va | Parfait

Parmi ces programmes à caractère plus ou moins culturel, lequel vous semble plus captivant ?*

Le Grand Mbandja | Ça se passe ici | Espace Jeunes | La Matinale de Gabon Première | Succès du temps passé | Autre...

Selon vous, Gabon Première arrive-t-elle à gérer le poids de l'offre des grands événements tels que la Tropicale, Gabon 9 provinces, la Parade culturelle du 16 août, le concert du 31 décembre ?*

Oui | Gabon Première fait de son mieux | Gabon Première interrompt trop souvent ses programmes | Pas du tout ! | Autre...

Plus d'explications

Les grands événements peuvent être les fêtes populaires, les grands concerts de musique, la lecture de la composition d'un nouveau gouvernement, l'adresse du Président de la République, une compétition sportive, etc., mobilisant une forte audience et parfois interrompant les programmes d'une chaîne de TV.

A votre avis, la chaîne spécialisée Gabon Culture peut-elle permettre de ménager la chaîne généraliste Gabon Première ?*

Je l'espère | Oui | Non | Je ne pense pas.