

Infocom

**LES MÉDIAS
EN AFRIQUE**

ellipses

André-Jean TUDESQ

G 157



LES MÉDIAS EN AFRIQUE

André-Jean TUDESQ



24732 5/5



TABLE DES MATIÈRES

Introduction – MÉDIAS, ÉTATS ET SOCIÉTÉS	3
I – Le poids de l'Histoire	3
A – La presse écrite	3
B – La radio	5
C – La télévision	6
II – Les contraintes du présent	7
A – La mondialisation	7
B – Un débat ambigu sur le rôle des médias dans le développement	8
III – La diversité des États et du rôle des médias	8
A – Selon les dimensions des États et leurs ressources	8
B – Selon la situation politique	9
C – Selon le contexte culturel et linguistique	9
D – Selon les politiques de communication face aux nouvelles technologies	10
<hr/> Partie I – LES CARACTÈRES GÉNÉRAUX DES MÉDIAS EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE	<hr/> 11
Chapitre 1 – LA PRÉPONDÉRANCE DE LA RADIO	15
I – Les radios nationales étatiques	15
II – Les radios privées : une libéralisation tardive et inégale	17
III – Les radios rurales	21
IV – Les radios internationales	23
A – Prépondérance de RFI et de la BBC	23
B – Leur influence sur la politique intérieure des États	25
V – Les publics de la radio	27
A – L'audience au Nigeria	27
B – La radio principale source d'information	27
c – L'utilisation des langues africaines	29
d – Radio et éducation	30
Chapitre 2 – LES NOUVEAUX ATOUTS DE LA PRESSE	33
I – Le pluralisme de la presse	34
A – La nouvelle presse	34

B – Un pluralisme fluctuant selon les aires d'influence	36
II – L'inégal développement de la presse spécialisée	39
A – La presse religieuse	39
B – La presse sportive	40
C – La presse scientifique et technique	40
III – Le poids des États	41
A – Des agences de presse très contrôlées par les États	41
B – La presse étatique et gouvernementale	42
C – La législation de la presse et son application	43
IV – Les difficultés de la presse	44
A – La corruption	44
B – Les tensions ethniques	45
C – Les procès	45
D – Le journalisme, une activité dangereuse en Afrique	46
E – La formation des journalistes	47
F – Éthique et défense des journalistes	48
G – Les femmes et les médias	48
V – Les publics des journaux	49
A – Les conditions de diffusion	49
B – La presse panafricaine	50
C – La presse écrite, un espace public dans les villes	51
 Chapitre 3 – UNE TÉLÉVISION DÉPENDANTE	 53
I – Une télévision étatique ou contrôlée	53
A – L'accès à la télévision publique	53
B – Télévision publique et télévision privée	55
C – Les émissions des télévisions publiques	57
D – Les productions africaines	58
E – Les échanges de programmes	59
II – Dépendance de l'étranger et acculturation	60
A – Les équipements	60
B – Les organismes	61
C – Les émissions importées	61
III – Télévision et aggravation des inégalités	64
A – Les inégalités dans les capacités d'accès	64
B – Les langues de la télévision	65
C – Les inégalités dans les pratiques	66
D – La vidéo	69
Conclusion – Télévision et démocratie	69
 Partie II – DIFFÉRENTS SYSTÈMES MÉDIATIQUES	 71
 Chapitre 1 – L'AFRIQUE DU SUD	 72
I – L'État et la politique de communication	73
A – La SABC (South African Broadcasting Corporation)	73
B – L'IBA	74
C – Les télécommunications	74
II – La presse écrite	75
A – Les groupes de presse	76
B – Périodiques et quotidiens	77

III – La radio	78
A – La SABC	78
B – La radio privée	79
IV – La télévision	79
A – La télévision publique	79
B – M-Net	81
C – ETV	81
V – Les médias et leurs publics	82
A – Les lecteurs	82
B – L'audience de la radio	83
C – Les téléspectateurs	84

Chapitre 2 – LE KENYA	87
I – Le poids de l'État sur les médias	88
A – Les médias gouvernementaux	88
B – Le contrôle des médias	89
II – Une presse dynamique	90
A – Le groupe Nation	91
B – La presse politique	92
III – La radio	93
IV – La télévision	95
V – Les publics des médias	96
A – Les médias de l'élite	96
B – Citadins et ruraux	97

Chapitre 3 – LE SÉNÉGAL	100
I – L'État, l'information et les médias publics	101
A – La radio publique	102
B – La télévision publique	103
II – La presse privée	104
A – Une histoire déjà ancienne	104
B – Les quotidiens	105
C – Les périodiques	106
III – Une radio pluraliste et prédominante	106
A – La situation générale	106
B – Le groupe Sud Communication	107
IV – Les médias et leur public	108
A – Le lectorat	108
B – L'audience de la radio	109
C – L'audience de la télévision	111

Chapitre 4 – LA CÔTE-D'IVOIRE	113
I – La presse : libéralisation et affrontement	114
A – La nouvelle presse	114
B – La presse gouvernementale	115
C – Les journaux d'opposition	116
II – La radio : un pluralisme élargi	117
A – La radio publique	117
B – Une lente libéralisation	118

C – L'audience des radios	118
D – L'audience en 1995	121
III – La télévision : reçue dans tout le pays	122
A – La télévision publique	122
B – Les télévisions privées	123
IV – Les différents publics des médias	123
A – Les lecteurs	123
B – Les différents publics à Abidjan	124
V – Médias et démocratisation	125
 Chapitre 5 – LE CAMEROUN	 129
I – Le poids de l'État sur les médias	130
A – La législation de la presse	130
B – Les médias publics écrits	131
C – La radio nationale	131
D – La télévision publique	132
II – Une presse pluraliste et bilingue	133
III – Les émissions de la télévision publique	136
IV – Les publics de la radio et de la télévision	137
 Chapitre 6 – LE MOZAMBIQUE	 141
I – L'État et les médias	142
II – Les médias privés	143
III – Le public des médias	144
IV – Médias et développement	146
 Conclusion – LES MÉDIAS : ATTENTES ET RÉALITÉS	 148
I – Des acteurs politiques	148
II – Le pluralisme	149
III – Des acteurs économiques ?	149
IV – Les enjeux	150
V – Les défis	150
 SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE	 152
I – SOURCES DOCUMENTAIRES	152
II – ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE	153
 INDEX	 155

La collection Infocom aborde tous les domaines qui concernent les médias et la communication. Chaque ouvrage est conçu pour apporter des connaissances organisées permettant de comprendre et d'anticiper sur les mutations du Village mondial. Ces manuels constituent autant de livres de référence pour les étudiants en journalisme ou en sciences de l'information et de la communication. Au-delà, tous ceux qui s'intéressent aux sciences humaines et sociales trouveront ici des savoirs dont ils tireront profit.

André-Jean Tudesq présente ici la situation et les enjeux des médias en Afrique subsaharienne. Afin d'apporter les informations les plus fiables, l'auteur s'est documenté aux meilleures sources africaines, anglaises, portugaises et françaises.

Tout en rappelant que l'importance des médias est inégale selon les pays, il montre que si la radio est le média le plus répandu, la télévision s'affirme comme un puissant agent de mondialisation, pour le meilleur et pour le pire. Les médias, déjà témoins et reflets de l'évolution des sociétés africaines, deviennent de plus en plus de véritables acteurs de la vie politique.

Rédigé par un spécialiste international qui fait autorité en la matière, ce livre dresse un panorama très complet de la réalité médiatique en Afrique subsaharienne. C'est une introduction indispensable à tous ceux qui s'intéressent aux médias africains et à leurs publics.

André-Jean TUDESQ est Professeur émérite de l'Université de Bordeaux III Michel de Montaigne en Sciences de l'information et de la communication ainsi qu'en Histoire contemporaine.



ISBN 2-7298-9907-3