



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

La médiatisation comme stratégie de valorisation et de sauvegarde du patrimoine culturel Centrafricain

Présenté par

Sandra Louissette MALOUF KONYANA

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

Département Culture

Spécialité Communication et média

Le 18 Avril 2013

Sous la direction de Pr. Gihane ZAKI

Devant le jury composé de :

Dr. Hdr. Jean François FAU

Directeur du département Culture, Université
Senghor, Alexandrie

Président

Pr. Gihane ZAKI

Professeuse D'Égyptologie, Directrice de
l'Académie d'Égypte, Rome

Examineur

Mr Bernard SCHOEFFER

Journaliste, Chef de service coopération à RFI,
Paris

Examineur

Dédicace

A mes chers parents Emilie et Guillaume

A mes frères et sœurs

Remerciements

J'adresse mes remerciements les plus sincères aux personnes qui m'ont apporté leur aide et ont contribué à l'aboutissement de ce travail.

Je tiens à remercier Mr. Jean François FAU, Directeur du département culture, pour ses conseils et orientations.

Mes remerciements s'adressent également à M. Gihane ZAKI, Directrice de ce mémoire, pour ses conseils et sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce mémoire.

J'exprime ma reconnaissance à Mr. Arsène AZANDOSSESSI, Chef de bureau UNICEF de Bunia (RDC), ancien senghorien, pour avoir motivé ma décision de poursuivre mes études à l'Université Senghor.

Je remercie également Dr Josué NDOLOMBAYE, Maître de conférences, enseignant de sociologie à l'Université de Bangui, pour son soutien.

Enfin, je témoigne ma gratitude à tous mes collègues et amis qui ont eu la gentillesse d'apporter leur contribution à ce travail.

Merci à tous.

Résumé

Les médias exercent un rôle prépondérant dans la promotion de la culture. Médias de masse, la radio est un moyen de diffusion des items culturels. Du fait de sa large diffusion et de son influence, la radio peut contribuer efficacement à la valorisation du patrimoine culturel de la RCA. Or il s'avère que le patrimoine est très peu médiatisé sur les ondes des radios. Aussi les rares émissions qui traitent du patrimoine ne sont de bonne qualité. Mettre en exergue le rôle de la médiatisation dans la valorisation et la sauvegarde du patrimoine culturel en RCA, tel est l'objectif de ce travail.

A travers une recherche documentaire et des entretiens, il était question d'établir le lien entre patrimoine culturel et médias. Ensuite de comprendre le processus de médiatisation à travers les acteurs impliqués. La démarche sémio - pragmatique quand à elle, fait appel à plusieurs paramètres propres au support radiophonique : genre, programmation, habillage et énonciation. En effet, il s'agit de l'analyse de contenu d'une émission radio sur le patrimoine, *Balao kotara*, afin de juger de sa qualité. Mais aussi de présenter les éléments favorables ou non à sa réception par les auditeurs. Cette analyse s'inscrit dans une volonté de compréhension du processus de médiatisation du patrimoine via le dispositif radiophonique.

A l'issue de cette étude, il ressort une faible valorisation du patrimoine culturel par les médias sur vingt deux stations radios peuplant le paysage médiatique centrafricain, seules deux d'entre elles consacrent une tranche d'antenne au patrimoine. En outre, l'analyse sémio-pragmatique révèle des faiblesses au niveau de la mise en onde, de l'énonciation et de la forme de médiatisation qui restent très simplistes. Ce qui ne permet de valoriser cette émission auprès du public. Toutefois, des paramètres tels que la programmation, les marqueurs de proximation et de référentialité, sont les points forts de cette émission.

Mots-clefs : Patrimoine culturel, valorisation, sauvegarde, radio, médiatisation, médiation, Centrafrique

Abstract

Media play an important role in promoting culture. Among them, the radio is a largest and cheapest way that can be used to valorize cultural items. Because of its wide distribution and its influence, it can effectively contribute to the promotion of cultural heritage of the Central African Republic (CAR). Unfortunately, that heritage is not well valorized on radio stations. Very few programs insist on heritage, yet their quality is still poor. To highlight the role of radio in the promotion and preservation of cultural heritage in CAR was the objective of this work.

Through literature review and interviews, the aim was to establish link between heritage and media, then analyze the mediatization process. A semio-pragmatic approach was also used, to study several parameters specific to radio media: form, programming, design and enunciation. The objective was to understand the mediatization process through analysis of *Balao Kotara*, a Centrafrican radio program, to assess its quality and strengths or weaknesses.

In conclusion, the study reveals a low valorization of cultural heritage by Centrafrican media. Over twenty two radio stations, only two had programs focusing on cultural heritage. In addition, pragmatic semiotic analysis shows weaknesses in the implementation wave of enunciation and the form of media that are much unsophisticated. This fact does not allow promoting this program to the public. However, parameters such as programming, markers proximation and referentiality are the strong points of this program.

Key word: Cultural heritage, promotion, protection, radio, mediatization, mediation, Central African Republic

Liste des acronymes et abréviations utilisés

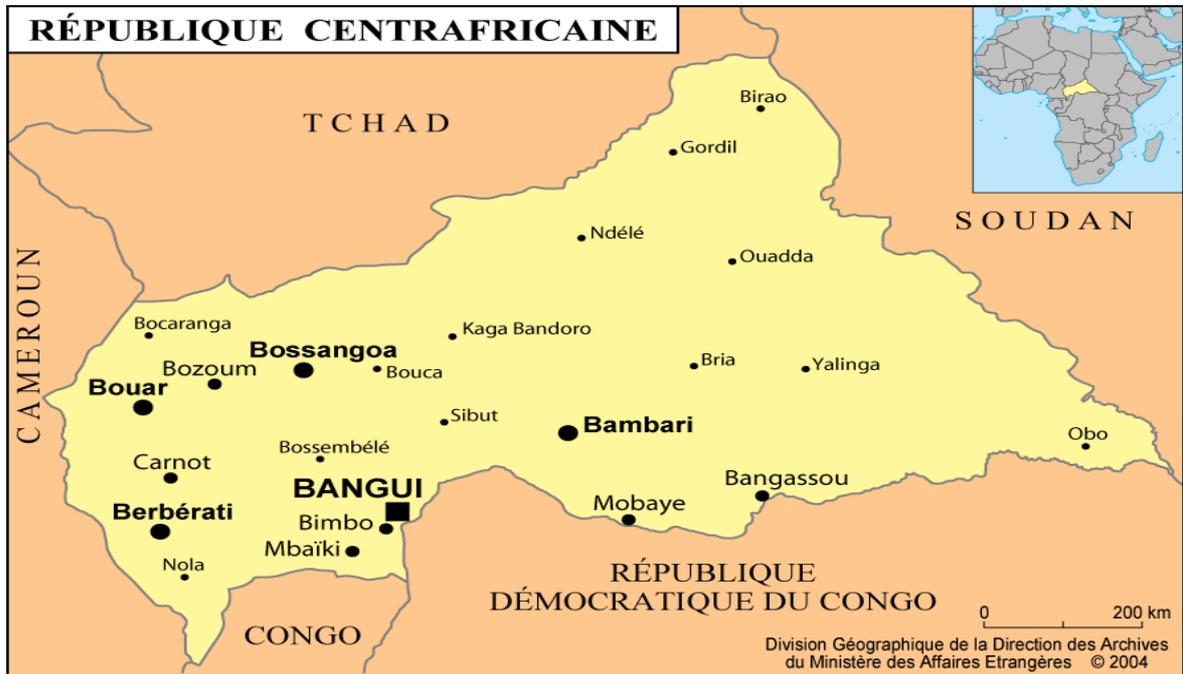
- ACP : Afrique Caraïbes Pacifique
- AEF : Audiovisuel Extérieur de France
- AFB : Alliance Française de Bangui
- AFPC : Association des Femmes Professionnelles de la Communication
- ARC : Association des Radios Communautaires
- CD : Compact Disque
- CIRTEF : Conseil International des Radios Télévisions d'Expression française
- CNRS : Centre National de Recherche Scientifique
- FM : Fréquence de modulation
- HCC : Haut Conseil de Communication
- MAG : Magnétophone
- MIC : Micro
- NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
- OMPI : Organisation Mondiale de Propriété Intellectuelle
- PAD : Prêt à Diffuser
- PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
- RCA : République Centrafricaine
- REMASTP : Réseau des Médias Africain pour la Lutte Contre le Sida la Tuberculose et le Paludisme
- RFPAC : Réseau Francophone pour la Promotion des Arts et de la Culture
- RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat
- RJDH : Réseau des Journalistes pour le Droit de l'Homme
- TVCA : Télévision Centrafricaine
- UJCA : Union des Journalistes Centrafricains
- UMCA : Union des Musiciens Centrafricains
- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education la Science et la culture

Table des matières

Dédicace.....	i
Remerciements.....	ii
Résumé	iii
Abstract.....	iv
Liste des acronymes et abréviations utilisés	v
Table des matières	1
Introduction	5
1 ETAT DES LIEUX DU PATRIMOINE CULTUREL ET DES MEDIAS EN RCA	7
1.1 Cadre juridique et institutionnel	7
1.1.1 Cadre juridique du patrimoine culturel.....	7
1.1.2 Cadre institutionnel du patrimoine culturel	7
1.2 La radio en RCA.....	8
1.2.1 Historique.....	8
1.2.2 Les différents types de radios en RCA.....	9
1.2.3 Cadre juridique et institutionnel des médias.....	9
1.3 Problématique du patrimoine et de la radio en RCA.....	11
1.3.1 Présentation du champ d'étude.....	11
1.3.2 Identification du problème	11
1.3.3 Objectifs de l'étude.....	13
1.3.4 Synthèse de données du terrain	13
2 REVUE DE LA LITTERATURE	15
2.1 Définition des concepts	15
2.1.1 Le patrimoine	15
2.1.2 Les médias.....	16
2.1.3 La médiatisation	16
2.1.4 Radio de proximité	17
2.2 Les enjeux sociaux des médias.....	17
2.2.1 L'influence des médias sur la société.....	18
2.2.2 La radio en Afrique : une star incontournable.....	18
2.2.3 La relation média /culture : deux faces d'une monnaie	19
2.2.4 La démocratisation culturelle.....	19
2.2.5 La médiation culturelle	21

2.2.6	Radio et patrimoine culturel: de la médiation à la médiatisation.....	24
2.3	Valorisation et sauvegarde du patrimoine culturel : définition et enjeux	25
2.3.1	La valorisation du patrimoine	25
2.3.2	Sauvegarde du patrimoine	26
2.3.3	Les enjeux de la valorisation et de la sauvegarde du patrimoine	27
3	APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	29
3.1	Les méthodes d'analyse.....	29
3.1.1	La méthode structuro fonctionnaliste	29
3.1.2	La méthode sémio- pragmatique.....	29
3.2	Les techniques de collecte de données.....	30
3.2.1	La recherche documentaire.....	30
3.2.2	L'entretien	30
3.3	Difficultés rencontrées	30
4	ANALYSE ET PROPOSITION	32
4.1	Analyse sémio- pragmatique d'une émission radiophonique.....	32
4.1.1	Les différentes étapes de l'analyse	32
4.1.2	Critique de l'émission	34
4.2	Proposition : Projet de réalisation d'une émission radiophonique sur le patrimoine culturel en RCA.....	35
4.2.1	Contexte et justification du projet	35
4.2.2	Les objectifs du projet	36
4.2.3	Résultats escomptés.....	36
4.2.4	Les acteurs et partenaires du projet.....	37
4.2.5	Le porteur du projet.....	37
4.2.6	Lieu et durée de réalisation du projet	37
4.2.7	Présentation de l'émission	37
4.3	Mise en œuvre du projet.....	40
4.3.1	Faisabilité.....	40
4.3.2	Budget.....	41
4.4	Impact du projet.....	44
	Références bibliographiques.....	46
	Liste des illustrations.....	49
	Liste des tableaux	49
	Annexes.....	49

Figure 1: carte géographique de la RCA



Source : www.diplomatie.gouv.fr

« Source d'échanges, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire que la biodiversité dans l'ordre du vivant »

Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, 2005

« Souvent qualifiée de "média chaud" la radio a un aspect de convivialité, de présence discrète, d'appel à l'imaginaire de l'auditeur dont elle a su, dans l'ensemble, tirer le meilleur parti. »

Jacques Rigaud

Introduction

«Il est de la responsabilité de tous de veiller à ce que les moyens de diffusion de l'information se traduisent par un enrichissement, et non un appauvrissement du patrimoine culturel... »¹. Cette assertion de Pierre Joliot souligne bien le rôle que les médias doivent jouer dans la valorisation et le développement du patrimoine culturel. Cette contribution doit se faire par la production et la mise à la disposition du public des programmes pertinents sur le patrimoine culturel. Tel est le point important que nous voulions mettre en relief dans la présente étude, qui porte sur « *La médiatisation comme stratégie de valorisation et sauvegarde du patrimoine culturel centrafricain* ». En effet, face à la mondialisation, et au défi de préserver les spécificités culturelles, la valorisation du patrimoine par chaque Etat devient plus importante que jamais.

Dans les sociétés africaines, notamment en Centrafrique, les médias ont un rôle très important dans la vie quotidienne. Ils permettent à tout citoyen d'être informé sur ce qui se passe dans son pays et ailleurs. Ils ont un rôle informatif et principalement éducatif. Parmi tous les médias, la radio demeure le plus répandu, surtout à cause du faible coût et de la large diffusion. Il permet de rester informé, même dans les zones les plus reculées du pays. La radio pourrait donc être utilisée comme moyen de promotion et de valorisation du patrimoine culturel.

En RCA, le patrimoine est très peu valorisé, en l'occurrence par les médias. Pourtant, en l'absence d'institutions de diffusion des connaissances culturelles que sont les musées, les bibliothèques, les médias devraient contribuer à combler ce vide.

Cette situation témoigne du peu d'intérêt accordé à la culture d'une manière générale par l'Etat. Les préoccupations relatives à l'histoire, au patrimoine ont peu d'écho par rapport aux défis du développement que constituent les maladies, la pauvreté, réputées prioritaires. Mais l'évolution des conceptions en cette matière montre toutefois que la sauvegarde et la valorisation du patrimoine peuvent contribuer au développement et à la lutte contre la pauvreté.² Afin de remplir ce rôle, la valorisation du patrimoine doit être intégrée dans une politique culturelle effective et relayée par les médias.

¹ Pierre Joliot, scientifique français, citation extraite de *La Recherche passionnément*.

² UNESCO, *Patrimoine et développement local*, guide à l'intention des collectivités territoriales, 2009, pp 9-10

Le présent travail se structure en quatre (4) parties :

- Dans un premier temps, l'accent sera mis sur l'état des lieux du patrimoine culturel et des médias, à travers le cadre juridique et institutionnel. La problématique sera aussi développée.
- En second lieu, il sera question de la relation entre médias--culture, ainsi que les questions fondamentales qu'implique cette relation. La revue de littérature sera la base de notre argumentaire.
- Dans un troisième temps, les méthodes d'analyse et techniques de collecte de données utilisées dans le cadre de cette étude seront détaillées.
- Enfin, dans le quatrième chapitre, l'analyse sémio- pragmatique d'une émission culturelle sera effectuée afin de proposer un projet consistant à la production d'une émission radio appropriée.

1 ETAT DES LIEUX DU PATRIMOINE CULTUREL ET DES MEDIAS EN RCA

Pour mieux cerner la situation du patrimoine culturel et les médias, une clarification du cadre juridique et institutionnel est importante.

1.1 Cadre juridique et institutionnel

1.1.1 *Cadre juridique du patrimoine culturel*

Les principaux textes juridiques visant la protection du patrimoine culturel en Centrafrique sont la loi N° 06.002 du 10 mai 2006, portant la Charte Culturelle ; le Décret N°09. 383 du 20 novembre 2009, portant protection du Patrimoine Culturel en République Centrafricaine³. La loi, portant Charte culturelle de la RCA, entre dans le cadre du plan d'action adopté par le forum mondial UNESCO/OMPI organisé en Afrique du sud en avril 1977, et répond également aux préoccupations majeures consignées par les ministres ACP, dans le plan d'action et de la déclaration de Dakar du 20 juin 2003. Cette loi matérialise aussi l'une des recommandations fortes du Dialogue National tenu à Bangui en octobre 2003, demandant au Gouvernement de formuler une politique culturelle nationale appropriée et de veiller à son intégration dans les stratégies de développement.

En outre, l'adoption par l'Assemblée Nationale de cette charte, a été suivie par celle d'un texte sur l'orientation culturelle du pays. Il énonce les grandes lignes d'action fixant les objectifs recherchés par le Gouvernement tout comme les stratégies de mise en œuvre des actions à la relance du secteur culturel. Ce document fortement inspiré de la Charte Culturelle Africaine représente le document de référence en ce qui concerne la gestion du patrimoine culturel en RCA.

Enfin, notons que la RCA a ratifié les principales conventions dans le cadre du patrimoine, à savoir la Convention sur la Protection et la Promotion de la Diversité des Expressions Culturelles, en 2012 et la Convention sur la Sauvegarde du Patrimoine Immatériel, en 2006⁴.

1.1.2 *Cadre institutionnel du patrimoine culturel*

L'administration du patrimoine culturel reste de la compétence de l'Etat centrafricain, malgré la mise en place d'une politique de décentralisation⁵. Le Ministre de la culture est responsable de la politique de sauvegarde, de protection et de mise en valeur du patrimoine. La direction de la culture et du

³ Site officiel de l'assemblée nationale de la RCA, www.assembleenationale-rca.org (consulté le 15/01/13)

⁴ Entretien avec le chef de service de la direction du patrimoine.

⁵ Charte culturelle de la RCA, article 13, Bangui, 2006.

patrimoine ainsi ses services techniques sont des organismes compétents pour la sauvegarde du patrimoine culturel. En dehors de ces structures, il n'existe pas encore d'institutions œuvrant réellement dans le domaine de la valorisation et de la documentation du patrimoine culturel.

Les acteurs et promoteurs culturels centrafricains, ne jouent dans cette promotion qu'un rôle minime. En effet, la rareté de financement et les relations peu cordiales avec le Ministère ne leur permettent pas de contribuer de manière efficace à la promotion de la culture dans l'ensemble.

Par ailleurs, l'absence d'une institution spécialisée dans la formation à la gestion du patrimoine culturel, a été comblée ces dernières années par l'Ecole Nationale des Arts à travers l'instauration d'une section muséographie, donnant une formation d'un niveau avoisinant un cycle élémentaire en la matière.

Il faut noter que dans le cadre de la coopération, l'ambassade de France à Bangui, par le truchement de l'Alliance française de Bangui (AFB), appuie techniquement et financièrement plusieurs activités et initiatives dans le domaine du patrimoine. Par exemple, depuis 2007, le Service de Coopération et d'Action Culturelle, en collaboration avec l'UNESCO, a appuyé le projet de sauvegarde des archives audiovisuelles de la Radio et de la Télévision Nationale, du Musée National Barthélémy Boganda, de l'Université et du Ministère de la Justice. Une chaîne de numérisation a été créée et les responsables des entités concernées ont été formés. Depuis deux ans, de nombreuses œuvres du patrimoine centrafricain ont ainsi été sauvées⁶.

1.2 La radio en RCA

1.2.1 Historique

La toute première radio, la *Radio Bangui* a vu le jour en 1958⁷. Disposant d'un émetteur de 250 watts à sa création, elle ne pouvait que diffuser des émissions sur Bangui. En 1963 quelques émetteurs un peu puissants ont remplacé le premier et la Radio Bangui dessert quelques villes provinciales. Elle était devenue pour ainsi dire, la radio nationale, toute influente. Avec la libéralisation des ondes, dans les années 90, on a assisté à un foisonnement de radios privés et communautaires émettant en modulation de fréquence (FM) un peu partout sur le territoire, à l'exception de quelques zones très reculées du pays. Cette époque marque l'avènement de véritables radios au service du développement. Comme dans la majorité des pays africains, la radio est le média le plus important et la plus utilisé en RCA. Environ 3/4 des ménages disposent d'un récepteur radio⁸. Aujourd'hui, la RCA compte environ une trentaine de radio, pour la plupart communautaires. Ce sont des radios de proximité, qui

⁶ Site officiel de l'ambassade de France en RCA, www.ambafrance-cf.org (consulté le 25/01/13)

⁷ Archives de la radio Bangui.

⁸ Données Recensement Général de la Population (RGPH), 2003.

entretiennent, une relation étroite avec les populations. Le paragraphe suivant présente les différents types de radio en RCA.

1.2.2 *Les différents types de radios en RCA*

La paysage médiatique centrafricain compte au total une vingtaine de radios, relevant de 4 domaines: public, confessionnel, privé et communautaire.

Le domaine public : est essentiellement constitué des radios d 'Etat dont la référence est la « Radio Centrafrique », qui émet en FM et sur satellite, couvrant environ 70% du territoire⁹. Les radios rurales font aussi parties de ce domaine.

Le domaine confessionnel : est composé de radios à vocation religieuse qui émettent en FM sur Bangui et d'autres grandes villes du pays. Il s'agit en majorité des radios de l'église catholique qui en vertu d'une autorisation accordée par l'Etat a créé une radio dans chacun de ces cinq diocèses du pays. L'église protestante a également des stations radio, ainsi que d'autres confessions.

Le domaine indépendant/privé : comprend les radios commerciales qui ont pour principale source de financement la publicité. La plus connue est la radio Ndeke Luka.

Le domaine communautaire : est composé des radios appartenant à des collectivités locales. Les infrastructures sont simples et le rayon de couverture est limité. La programmation est spécifique aux langues et critères de la communauté locale. Le personnel de ces radios est composé pour la plupart de volontaires non formés en journalisme. Certaines radios communautaires sont aussi confessionnelles (par exemple, Radio Notre Dame à Bangui)¹⁰. Toutes ces radios fonctionnent selon les différents textes réglementant le secteur de la communication en RCA.

1.2.3 *Cadre juridique et institutionnel des médias*

Les cadres légaux et réglementaires dans le domaine de la communication de manière générale, sont plus ou moins récents en RCA. Les premiers textes qui ont permis la régulation des médias, sont les lois N° 98.005 du 27 Mai 1998, portant création, organisation et fonctionnement du Haut Conseil de la Communication (HCC), et N° 98.006 du 27 Mai 1998, relative à la liberté de la communication.

⁹ Archive de la Radio Centrafrique.

¹⁰ INTERNEWS. *Répertoire des média et de la communication en Centrafrique*, Bangui, juillet 2012, p. 4.

Le HCC a été mis en place comme institution républicaine par les dispositions de l'article 103 de la Constitution du 27 Décembre 2004. Il a été institué comme instance de régulation à travers, l'ordonnance N° 04.020 du 31 Décembre 2004 portant sa création, son organisation et son fonctionnement. L'ordonnance N° 05.002 du 22 Février 2005 quant à elle, détermine la liberté de la presse en RCA. Le Décret N° 05.040 du 22 Février 2005 entérine la désignation et l'élection des Membres du HCC¹¹.

Le HCC dépend du Ministère de la communication. Parallèlement, il existe des organisations, regroupant les professionnels de la communication, comme par exemple, l' Association des Radios Communautaires (ARC), Association des Femmes Professionnelles de la Communication (AFPC), Maison de la Presse et des Journalistes (MPJ), Réseau des Journalistes pour les Droits de l'Homme (RJDH), Réseau des Médias Africains pour la Lutte contre le Sida, la Tuberculose et le Paludisme (REMASTP) et Union des Journalistes Centrafricains.

Si les médias sont considérés comme de potentiels outils de promotion des actions de développement, dans la pratique le constat est différent. En effet, les médias publics plutôt acquis au pouvoir en place sont utilisés comme outils de propagande du gouvernement, au détriment parfois d'analyse objective, de programmes constructifs. Les médias privés et communautaires diffusent plus de programmes qui prennent réellement en compte les préoccupations du développement. En outre, le problème d'équipement et de vétusté des infrastructures sont réels¹². Ajoutée à cela, la qualité des ressources humaines et la faiblesse des moyens financiers. De plus, l'on note une « pauvreté » des programmes liés à une faible production d'émissions de bonne qualité.

Pour ce qui est des programmes culturels, il faut dire que, dès sa création, la radio, était un outil de promotion de la musique centrafricaine naissante et de la langue nationale le *Sango*. Elle servait à l'éducation de base pour la population avec l'apport de la musique comme véhicule de cette action éducative. Au fil du temps, avec l'ouverture et les échanges, la culture centrafricaine est reléguée au second rang dans les programmes proposés au profit d'autres programmes venant d'ailleurs¹³.

¹¹ Site officiel du HCC, www.hcccentrafrique.wordpress.com (consulté le 27/12/12)

¹² Etat généraux des médias en Centrafrique, Bangui, 2007

¹³ Sissoko R., *Crise de la musique Centrafricaine*, UMCA, Bangui, 2009, p. 20

1.3 Problématique du patrimoine et de la radio en RCA

1.3.1 *Présentation du champ d'étude*

La République Centrafricaine (RCA), est un pays enclavé situé en Afrique centrale. Elle couvre une superficie de 623000 Km², et compte 4 millions d'habitants. La RCA renferme 80 ethnies. Mais une seule langue est parlée et comprise sur tout l'ensemble du territoire. Il s'agit du Sango, la langue nationale qui constitue un socle d'unité et de cohésion sociale. Les potentiels naturels et culturels sont immenses. Elle est surnommée « pays des merveilles », à cause de ses magnifiques aires protégées.

Les principaux patrimoines culturels et naturels sont:

- Sites historiques : mégalithes de Bouar, gravures rupestres de Lengo ; les palais fortifiés de Sénoussi
- Artisanat : sculpture sur bois, objets en bronze, en cuivre, les savoirs- faire en métallurgie, cuire de Bambari ;
- Patrimoine immatériel : les traditions orales des pygmées Akas, et des peulhs, fanfare traditionnelle Ango Broto ;
- Sites naturels : le Trinational de Dzanga Sangha, le parc Manovo Gounda St Floris ;
- Diversités culturelles des populations du fleuve (sud et sud-est), de la forêt (sud-ouest) et de la savane (centre, ouest, nord), des nombreuses ethnies.

1.3.2 *Identification du problème*

Le patrimoine culturel quand bien même très riche et diversifié, demeure très peu valorisé, notamment dans les médias en Centrafrique. Les raisons de cette situation sont premièrement, d'ordre structurel. En effet, l'absence d'application de politique culturelle, ainsi que celle des textes juridiques dans le domaine du patrimoine constituent un réel handicap à la valorisation. Quand bien même la valorisation du patrimoine culturel fait partie intégrante des documents fixant la stratégie et la politique culturelles. A titre d'exemple, l'on note l'absence d'inventaire global du patrimoine culturel. Ce qui induit un obstacle à la valorisation et la sauvegarde.

Le patrimoine n'est pas encore considéré comme un enjeu de développement. Les initiatives jusque là relèvent plus d'un engagement personnel que d'une volonté politique. Et pourtant, dans les textes, l'Etat s'est engagé à développer et à soutenir les établissements publics et privés tels que les musées, les centres culturels, les archives et les bibliothèques pour assurer la diffusion et la sauvegarde du patrimoine national¹⁴. Force est de constater que ces engagements ne sont pas suivis des actes. A titre

¹⁴ Article 17 de la Charte culturelle de la RCA, Bangui, 2003.

d'illustration, le pays ne dispose qu'un seul musée. Le *Musée Boganda*, en état de délabrement avancé. Du type ethnographique, il n'est presque pas connu des centrafricains et n'est pratiquement pas fréquenté par le public. Aucune préfecture, ni commune n'ont de musées. Le tissu local de promotion d'évènements culturels est principalement constitué par l'institut français.

Ce manque de volonté politique, se traduit dans les médias, par une faible médiatisation du patrimoine culturel et une rareté d'émissions au contenu consistant. Les rubriques culturelles sont inexistantes dans la presse locale. L'une des rares émissions sur le patrimoine, digne d'être citée est diffusée sur la radio Ndéké Luka qui est une radio privée. Au niveau de la télévision nationale les émissions diffusées sont moins pertinentes. Il faut noter que le secteur médiatique est largement libéralisé et la majorité des radios de proximité se focalise sur les questions prioritaires telles que celle de la santé, de la pauvreté. Les médias d'Etat qui devraient s'impliquer davantage dans la valorisation du patrimoine ne le font pas suffisamment.

Or, la radio devrait jouer un rôle essentiel dans la défense et le maintien des valeurs et traditions de la société centrafricaine. Pour cela, elle doit arriver à produire mieux et de manière plus diversifiée, afin de valoriser le patrimoine. C'est de cette manière, qu'elle pourra améliorer la vie et le débat culturels, afin d'éviter l'appauvrissement culturel et la disparition du patrimoine.

A titre de comparaison, en Tunisie, l'Etat conscient de l'enjeu que représentent la culture et le patrimoine pour le développement économique et touristique, accorde une grande importance au patrimoine culturel. Cette volonté politique se traduit dans les faits par un investissement réel de l'Etat dans le développement de l'offre culturelle ainsi que la valorisation des pratiques selon des orientations particulières. Le secteur médiatique sert de relais, et est fortement impliqué dans la diffusion et la valorisation de la culture et du patrimoine. Par exemple, la radio *Tataouine* (radio régionale) à elle seule, diffuse plus de 14 émissions culturelles, avec une part importante accordée au patrimoine¹⁵.

Il faut noter que, les enjeux liés à la production de programmes culturels, dépassent les aspects économiques et divertissants. C'est une stratégie de transmission de valeurs, de valorisation de l'identité nationale¹⁶. Le développement de production d'œuvres audiovisuelles d'une manière générale en Centrafrique est nécessaire à la préservation de la mémoire collective, à la sauvegarde et la valorisation du patrimoine. Pour reprendre les propos de Champion et Denard, « *Les programmes constituent une source principale de diversité culturelle et participent à l'identité d'un pays.* »¹⁷

¹⁵ Smati N., *Constructions radiophoniques de la culture en Tunisie : quelles médiations ?* Toulouse, LARA, 2010, p.2

¹⁶ Danard B. Le Champion R., *Les programmes audiovisuels*, Paris, la découverte, 2005, p. 4

¹⁷ Danard B. Le Champion R. op cit p.4

Au vu de la faible médiatisation du patrimoine culturel en RCA, la question qui se pose est la suivante :

Comment la radio peut-elle contribuer à la valorisation du patrimoine culturel en Centrafrique ?

Pour répondre à cette interrogation, l'hypothèse est la suivante :

La radio peut contribuer à la valorisation et la sauvegarde du patrimoine culturel, par la diffusion de nombreuses d'émissions de meilleure qualité.

1.3.3 Objectifs de l'étude

Objectif principal

Montrer le rôle et l'impact de la médiatisation dans la valorisation et à la sauvegarde du patrimoine culturel de la Centrafrique.

Les objectifs spécifiques

- Relever les insuffisances dans l'offre de programmes sur le patrimoine culturel.
- Proposer un projet de médiatisation du patrimoine culturel.

1.3.4 Synthèse de données du terrain

« La radio (...), est un média qui présente des enjeux économiques indéniables car il fait naître un marché très important de postes récepteurs »¹⁸. En effet, la vulgarisation des postes récepteurs a permis l'écoute, la réception et l'implantation de la radio ; et cette vulgarisation ne cesse d'augmenter selon le tableau suivant.

Tableau 1 : marché des postes récepteurs en RCA

PERIODE	POPULATION	PARC
FIN 1982	2.5 millions	140. 000
DECEMBRE 1994	2. 95 millions	0. 3 million
1998	3.49 millions	0 .33 million
2012	4 millions	3 millions

Source : Tudesq, 2002 ; p.110 et INTERNEWS 2012

¹⁸ Tudesq A., Op cit, pp. 110 -111

L'évolution du parc récepteur de la RCA, s'explique principalement par le prix moyen d'un poste qui est de 1500 Fcfa¹⁹. Ajouté à cela la libéralisation des ondes des années 90, ainsi que la naissance des chaînes de radio privées dont les radios religieuses. Avec les fréquentes coupures d'électricité dans la capitale, l'utilisation des postes récepteurs s'est accrue, car ceux-ci peuvent fonctionner avec des piles.

En Afrique, les émissions éducatives et culturelles dans lesquelles s'inscrivent les émissions sur le patrimoine font l'objet d'une écoute relative due à des facteurs de temps, de conception, d'animation et de programmation²⁰.

Tableau 2: Programmation sur les médias centrafricains

MEDIAS	CHAINE	EMISSION	TRANCHE HORAIRE	JOUR DE DIFFUSION	FORMAT
TELEVISION	TVCA (Chaîne d'Etat)	Art et culture magazine	18H30 -18H55	Lundi au vendredi	25 mn
		Musique traditionnelle	11H00 – 11H25	Lundi au vendredi	25mn
		Documentaire sur les faits historiques	10H00 – 11H00	Tous les Jeudi	60 mn
RADIO	Radio Centrafrique	Danse folklorique	16H – 16H30	Tous les jours	30 mn
	Radio Ndeke Luka	Balao kotara (émission sur le patrimoine)	15H05 – 15H20	Lundi au vendredi	55 mn

Source : Malouf 2013, conception à partir des données TVCA et Ndeke luka

Ce tableau montre les émissions peu nombreuses couvrant le patrimoine culturel en RCA. Force est de constater que les heures de diffusion des d'émissions sont loin d'être celles de grande écoute. Rajouté à cela le manque de consistance des contenus.

L'émission « Balao kotara », diffusée sur la radio Ndeké Luka, est celle plus ou moins intéressante et dont les heures de diffusion semblent adéquates. Toutefois aucune étude n'a été effectuée pour mesurer l'audience des ces émissions. Et les heures d'écoute sont basées sur des estimations.

¹⁹ 1500 Fcfa équivalent à 2 euros

²⁰ Tudesq A. ; Op cit p. 205

2 REVUE DE LA LITTÉRATURE

Le rôle des médias dans le fonctionnement de nos sociétés qualifiées de « société de communication »²¹ a fait l'objet de plusieurs réflexions. Le patrimoine étant un élément déterminant de la société, quel lien peut-on établir entre médias d'une manière générale, et le patrimoine ?

Mais tout d'abord, commençons par définir les concepts.

2.1 Définition des concepts

2.1.1 *Le patrimoine*

La notion du patrimoine concerne plusieurs domaines de la vie et ne cesse d'évoluer. Ce qui pose le problème d'une définition unique.

Toutefois à l'origine, le mot patrimoine vient du latin « patrimonium » qui signifie littéralement « l'héritage du père ». Il désigne l'héritage que l'on tient de son père et que l'on transmet à ses enfants. Il a alors un sens de bien individuel.

La notion de patrimoine dans son acceptation de bien collectif peut se définir comme l'ensemble des richesses d'ordre culturel – matérielles et immatérielles – appartenant à une communauté, héritage du passé ou témoins du monde actuel. Le patrimoine est aussi bien naturel que culturel. Il est considéré comme indispensable à l'identité et à la pérennité d'une communauté donnée et comme étant le résultat de son talent. A ce titre, il est reconnu comme digne d'être sauvegardé et mis en valeur afin d'être partagé par tous et transmis aux générations futures²².

Le mot va évoluer et aura un autre sens pendant la révolution française de 1789. En fait, l'Assemblée Constituante décida de donner à la Nation son "Patrimoine" qui était jusque-là, une propriété du clergé. Du cercle restreint de la famille royale, on arrive à un cadre plus élargi, *le bien public, collectif*²³.

Aujourd'hui, la notion de patrimoine, d'abord spécifique à la conservation de monuments et d'objets mobiliers, a considérablement évolué et continue de s'étendre. Elle est devenue immense : patrimoine archéologique, industriel, urbain, rural, maritime, littéraire, cinématographique, photographique, culinaire, vestimentaire... Les critères de sélection ne se font plus seulement d'un point de vue esthétique. Des immeubles on passe aux meubles et du matériel à l'immatériel (rites, savoir-faire,

²¹ Machado Da Silva J., *Les technologies de l'imaginaire, média et culture à l'heure de la communication totale*, Paris 2008, p.11

²² Service pédagogique Château Guillaume le Conquérant, *la notion du patrimoine*, fiche enseignant, p. 3

²³ Idem

langues régionales...). Le patrimoine est désormais lié aussi à l'écologie, à des sites et des espaces naturels.²⁴

Pour ce travail, nous retenons la définition de la Charte culturelle de la RCA, qui définit le patrimoine comme « la propriété nationale des richesses matérielles et immatérielles du peuple centrafricain. Il constitue l'ensemble de tous les biens culturels significatifs. Le patrimoine culturel se compose des biens matériels et immatériels. Le patrimoine matériel s'entend par les biens meubles et immeubles. Et le patrimoine immatériel s'entend par les biens intangibles dont les savoirs et les savoirs faire. »²⁵ Notons que le patrimoine naturel, est compris dans le patrimoine culturel.

2.1.2 Les médias

Balle définit les médias en ces termes : « *Un média est d'abord et avant tout un moyen, un outil, une technique, un intermédiaire, qui permet aux hommes de s'exprimer et de communiquer à autrui..... Un organe d'information, un moyen de divertissement, d'évasion ou de connaissance, c'est aussi un support vecteur d'œuvres artistiques.* »²⁶

Un média dans l'expression courante, est un moyen de diffusion d'information, de communication. Au sens de "mass media", les médias désignent toutes les institutions et la technologie permettant de communiquer des informations et du divertissement à la société. On donne aussi comme définition : toutes les techniques et supports de diffusion massive de l'information. On en distingue trois types : la presse écrite (journaux et revues) ; la presse audiovisuelle (radio et télévision) ; et enfin Internet, média à part, constituant à lui seul une catégorie.²⁷

2.1.3 La médiatisation

« *La médiatisation est une médiation dont l'intermédiaire est nécessairement un média.* » Ghislaine Azémard »²⁸. Pour Nozha Smati, « *la médiatisation est toute médiation entre le monde de référence et l'auditeur qui se produit par l'intermédiaire d'un média* »²⁹. La notion de médiatisation consiste en la mise en forme des outils pour transmettre un contenu. Elle est un processus de scénarisation des

²⁴Service pédagogique Château Guillaume le Conquérant, *la notion du patrimoine*, fiche enseignant p. 2.

²⁵Charte culturelle de la RCA, article 2, Bangui, 2006.

²⁶Balle F., *Les médias*, Que sais – je, Puf, Paris 2004, p.3

²⁷www.wikipédia.org (consulté le 18/12/2012)

²⁸Azémard G., *100 notions pour le cross média et le transmédia*, éd. L'immatériel, 2013, pp. 124 -125

²⁹Smati N., *Le traitement du phénomène culturel tunisien par les radios en ligne : quelles formes d'acculturation ?* article disponible sur www.univ-tln.fr

contenus d'enseignement à travers un artefact technique, un dispositif médiatique³⁰. Pour ce travail, la médiation est la diffusion des émissions sur le patrimoine par les radios.

2.1.4 Radio de proximité

La radio d'une manière générale se définit comme un récepteur de programmes de diffusion sonore. Selon Balle, « *C'est un secteur d'activités né de la technique de radiodiffusion sonore et qui ont fait de celle-ci un média à part entière, avec ses règles de fonctionnement et d'organisation, ses lois économiques particulières, ses usages et ses audiences dont la production et la distribution des programmes.* »³¹

Pour ce travail est retenu, le concept de radios de proximité qui cadre bien avec les types de radio en Centrafrique.

André Tudesq donne la définition suivante : « *Nous entendons par radio de proximité, les radios proches de leurs auditeurs, que ceux-ci fréquentent les installations ou seulement leurs animateurs, que leurs préoccupations entrent en ligne de compte dans les émissions Elles se définissent aussi selon une grande diversité de situations selon le milieu rural ou urbain, selon les pays, et une grande diversité des statuts : radios associatives ou communautaires, certaines radios religieuses, certaines radios publiques locales ou même certaines radios locales privées.* »³²

Cette définition de Tudesq semble assez large pour appréhender de façon concrète les caractéristiques d'une radio de proximité. Le HCC, l'agence de régulation des médias en RCA, définit les radios de proximités, comme des « *radios diffusant des informations concernant la vie de la société. La population se reconnaît dans les messages diffusés par ces radios et se prononce sur les questions de la société à travers celles-ci* »³³

2.2 Les enjeux sociaux des médias

La capacité de persuasion des médias, leur poids dans le fonctionnement de nos sociétés ont fait l'objet de beaucoup de réflexions et sont encore d'actualité. Plusieurs auteurs ont essayé de traiter cette question. Cette partie résume les idées fortes autour de cette problématique.

³⁰ www.etudiants.unige.ch

³¹ Balle F., *Lexique d'information communication*, Paris, 2006, Dalloz, p. 361

³² Tudesq A., *L'Afrique parle l'Afrique écoute, la radio en Afrique subsaharienne*, Karthala, Paris, 2002, p.69

³³ www.hcccentrafrique.wordpress.com, op cit (consulté le 25/12/12)

2.2.1 L'influence des médias sur la société

Dans notre société actuelle les médias sont de plus en plus présents. La multiplication des formes de communication a changé le monde. Du télégraphe en passant par la radio, puis l'internet aujourd'hui, les destinataires reçoivent une multitude d'information venant de toute part³⁴. Les personnes sont de plus en plus exposées aux médias de masse. Ces informations médiatiques influencent l'opinion publique et donc la société. « *Les médias sont susceptibles d'exercer des effets indirects, en ce sens qu'ils peuvent modifier certains paramètres, qui sans que l'intention persuasive ne soient explicite, et même sans qu'elle soit vraiment présente, peuvent néanmoins persuader* »³⁵.

Les médias détiennent une force de proposition, qui leur permet d'orienter l'attention des récepteurs, en mettant en relief un enjeu social plutôt qu'un autre. Tel événement plutôt qu'un autre. C'est « l'effet d'agenda » qui permet la hiérarchisation des enjeux. Les médias peuvent opérer un cadrage en situant le contexte et les responsabilités des situations sociales. Cet effet de cadrage débouche sur celui d'amorçage, en influençant le jugement du public³⁶.

Il est évident après ces analyses que les médias interviennent comme un élément de structuration de la société. Ils constituent un pouvoir. Francis Balle, affirme ceci quant à l'influence des média : « *loin d'être des moyens ou des techniques parfaitement neutres, les médias agissent sur la culture et sur l'ordre social, après avoir exercé leur influence, subreptice et irrésistible, sur nos façons d'appréhender le monde sensible.* »³⁷

2.2.2 La radio en Afrique : une star incontournable

Les sociétés africaines étant des sociétés basées sur la tradition orale, la radio y occupe une place très importante. La radio est le principal moyen de communication. Tudesq dans son ouvrage sur les médias en Afrique déclare « c'est le média qui s'est le mieux africanisée et qui pénètre mieux chez les ruraux..... la radio reste le média le plus utilisé »³⁸. Le taux d'équipement de ménages en radio n'a cessé d'augmenter ces 10 dernières années³⁹. Comptant entre 100 et 250 postes pour 1000 habitants, la radio s'est bien implantée pour être écoutée par la plus grande partie de la population⁴⁰. En RCA par exemple, 2/3 des ménages disposent d'un poste récepteur⁴¹. Il faut aussi noter le fait qu'un récepteur peut servir un nombre important d'individus. D'ailleurs dans le même ordre d'idée un

³⁴ Flichy P., *L'internet et la radio*. In: Réseaux, 2000, volume 18 n°100. pp. 249-271.

³⁵ Derville G., *Le pouvoir des médias mythes et réalité*, PUF, Paris, 2003, p. 45

³⁶ Derville G., *Le pouvoir des médias mythes et réalité*, op cit, p.45

³⁷ Balle F., *Les médias*, collection que sais-je, PUF, 2011, p. 102

³⁸ Tudesq A., *L'Afrique parle l'Afrique écoute: les radios en Afrique subsaharienne*, p. 40

³⁹ Ibidem, p. 209

⁴⁰ Idem

⁴¹ INTERNEWS, *Répertoire des médias et de la communication en Centrafrique*, op cit, p. 4

auteur déclare, «*Un seul poste radio dans un village compte dix à vingt auditeurs*⁴²». Du fait de sa singulière souplesse d'utilisation, les coûts d'installation relativement faibles, le prix de vente abordable des postes, l'usage des piles (l'électricité étant de plus en plus rare dans les villes africaines) sont autant d'éléments qui justifient la prépondérance de la radio sur la télé, ainsi que les autres types de médias. Il faut ajouter à cela, l'utilisation des langues locales sur les ondes, ce qui facilite l'appropriation par les populations. En effet, l'écoute de la radio ne nécessite pas d'être alphabétisé. Premier moyen d'information, les journaux ainsi que les communiqués sont très suivis un peu partout.

Cette réussite a fait attribuer un grand intérêt pour la radio aux gouvernements, à tous ceux qui veulent influencer les populations. De ce fait la radio demeure un véritable outil de domination politique, sociale et culturelle.

2.2.3 *La relation média /culture : deux faces d'une monnaie*

La culture et l'information sont des éléments importants d'une société. Les médias et la culture sont deux choses indissociables. Cette interdépendance peut être analysée en se basant sur deux principales approches d'après l'auteur Doua⁴³. La première approche dite culturelle se base sur les médias lents (échange de personnes, de livres, et d'œuvre artistiques), celle-ci vise la culture des élites. Et la seconde est l'approche informationnelle, à travers les médias rapides (radio, télévision) pour informer et rendre les pratiques culturelles accessibles à tous. Toujours selon ce dernier, les médias compte tenu de leur rôle, se représentent comme la seule alternative, après l'école à pallier aux difficultés de la démocratisation culturelle. L'école, pour lui, parce qu'elle encadre et forme une population captive et malléable qui peut constituer le public potentiel des activités culturelles et les médias, parce qu'ils sont de puissants producteurs de messages en direction des jeunes et des adultes⁴⁴.

Avec l'avènement des NTIC, la culture est rendue accessible à un grand nombre. Les médias ont de ce fait accentué la démocratisation culturelle.

2.2.4 *La démocratisation culturelle*

La démocratisation culturelle est l'action de mettre un bien culturel, à la portée de toutes les classes de la société. En effet, née en France dans les années 50, la notion de démocratisation culturelle est

⁴² Sternberg Sarel B., *La radio en Afrique noire d'expression française*, In communications, pp. 108-126.

⁴³ Doua E., *Les médias et identités culturelles ivoiriennes*, Université de Bordeaux III, p. 110

⁴⁴ Idem

fondée sur le principe selon lequel, en tant qu'exigence démocratique, la culture doit être apportée aux populations dans les territoires. C'est une politique de décentralisation à laquelle les radios participent ; et les auteurs estiment que la nécessité de démocratiser la culture amène les Etats à démocratiser leurs ondes⁴⁵. Ainsi la libéralisation des ondes dans les années 90 en Afrique et en Centrafrique, a permis la naissance de plusieurs types de radio, ainsi qu'une variété de programmes accessible à différentes catégories de public.

Les radios sont mis au service de la promotion culturelle à travers des émissions sur la culture d'une manière générale et le patrimoine en particulier, afin de partager les cultures des territoires et renforcer les identités nationales. De ce fait la radio, est devenue un formidable instrument et un atout de la démocratisation culturelle. La naissance des médias de masse et leur appropriation par les populations font d'elles un canal de promotion de la culture. Comme l'affirme Douet « *Ainsi, l'apparition des médias de masse et leur insertion dans la vie quotidienne constituent l'une des plus grandes satisfactions pour la société, en ce sens qu'ils sont des instruments culturels qui servent à promouvoir ou à influencer des attitudes, à motiver, à favoriser la diffusion des modèles de comportement et à promouvoir l'intégration et les interactions sociales.* »⁴⁶

Toutefois il faut noter que deux réflexions s'opposent en ce qui concerne le rôle joué par les médias dans notre société. Pour les uns, les médias permettent l'accession du plus grand nombre à la culture, pour les autres, il est un moyen de manipulation, un vecteur de la culture unique. La pensée de cet auteur résume bien le débat sur la question : « *Les technologies de l'information et de la communication favorisent les connaissances et la compréhension de la diversité, la cohésion sociale, la transmission de valeurs universelles; elles rapprochent les cultures et en facilitent la diffusion. Mais il faut noter que si elles sont mal exploitées, les technologies peuvent tendre à mettre en place une culture homogène et dominante qui pourrait faire taire ou appauvrir les cultures particulières. Elles peuvent aussi provoquer une uniformité des coutumes, voire diffuser de contre-valeurs ou des valeurs propres à d'autres cultures, qui, transposées à des sociétés différentes, peuvent créer un choc portant atteinte aux principes sur lesquels elles se basent* »⁴⁷.

Ce réquisitoire contre les médias est sans doute lié aux idées circulant sur le « pouvoir » des médias (l'école de Francfort) sur la manière de penser et d'agir des individus dans la société. Mais plusieurs études ont remis en cause, ou du moins relativisé, cette toute puissance des médias, en particulier les

⁴⁵ Moularet A., *Radio de proximité et promotion du livre de langue française pour la production d'émissions littéraires radiophoniques en cote d'ivoire*, mémoire, Université Senghor, 2009, p. 26

⁴⁶ Doua E., *op cit*, pp. 109 - 110

⁴⁷ Belot J., *Radio*, Études, 2005/9 Tome 403, Persée, pp. 245-247

études menées par Lazarsfeld⁴⁸. Les médias pour reprendre les propos de Rieffel, sont dans la proposition, la suggestion et non dans l'imposition. Leur pouvoir n'est pas automatique, l'individu qui reçoit un message, l'interprète en fonction de certaines caractéristiques sociologiques (niveau d'instruction, milieu social, âge...). Et donc l'influence des médias fonctionne pour certains individus ou groupes, dans certaines circonstances à certaines conditions⁴⁹.

Une autre critique à l'endroit des médias est celle qui consiste à dire que les médias favorisent l'appauvrissement culturel compte tenu de fait qu'ils produisent et diffusent pour le plus grand nombre. La quantité est donc privilégiée au détriment de la qualité. L'auteur Hannah Arendt affirme ceci à propos de la culture diffusée par les médias de masse « *la culture de masse est devenue un loisir de masse qui se nourrit des objets qualifiés de culturels* »⁵⁰. C'est plus du divertissement que de la connaissance selon elle.

Dans cette étude, sera considéré le fait que les médias de nos jours, exercent une grande influence sur l'opinion public surtout dans nos pays africains. Ils agissent ainsi fortement sur l'orientation de ces sociétés. En Centrafrique, les médias sont des institutions très fortes. Les auditeurs accordent une grande importance à ce qui est dit à la radio et à la télé. Les multiples crises militaro politiques, ont permis de mesurer l'importance de la radio, car la légitimité et donc le pouvoir s'acquiert par la prise de la station radio suivi de la diffusion d'un message sur les ondes. La radio est un outil très influent politiquement et culturellement. Elle est sans doute de puissants vecteurs de la culture. Autant elle nous ouvre à d'autres cultures autant elle nous permet de faire connaître à d'autres peuples notre culture. Les médias sont considérés pour ce travail, plus comme une opportunité plutôt qu'un handicap au développement culturelle de la RCA.

Par ailleurs, pour être transmise, la culture en l'occurrence le patrimoine a besoin d'un cadre, et d'un dispositif communicationnel, d'où la notion de médiation culturelle.

2.2.5 La médiation culturelle

Un des premiers auteurs à évoquer l'expression médiation est Schaeffer. Dans sa démarche d'établissement d'une convergence entre culture et communication. Il va ainsi remettre en question le modèle linéaire de communication et son schéma classique émetteur - récepteur. L'auteur ici tient compte des différents acteurs et notamment le producteur qui met en œuvre l'action de médiation.

⁴⁸ Balle F., op cit, p. 101

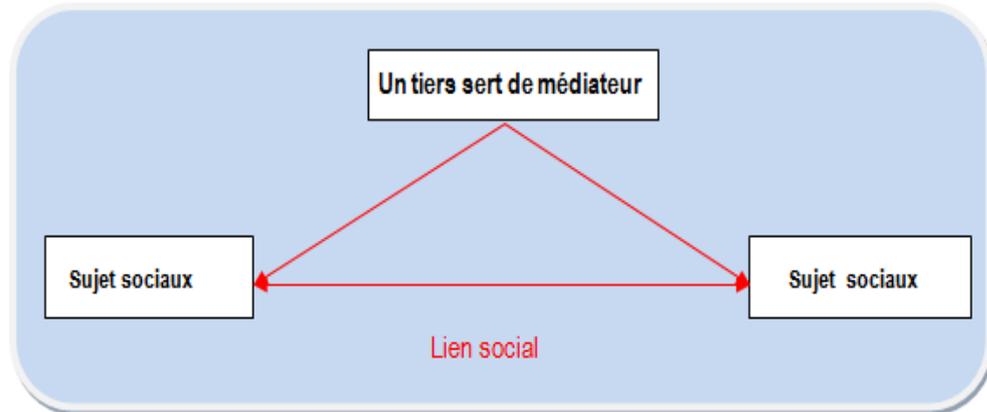
⁴⁹ Rieffel R., *notes de cours, journalisme patrimoine et industries culturelles*,

⁵⁰ Rieffel R., *La sociologie des médias*, Ellipses, Paris, 2001, p. 98

D'après lui, la machine médiatique se définit par un triangle de rapports complexes entre le producteur, l'auteur et le public mis en œuvre par la figure du médiateur⁵¹.

Cet éclatement du schéma linéaire, a mis en relief les différentes médiations dans les « processus communicationnels de construction de sens de la sociabilité »⁵². Il a tout de même ouvert la voie aux travaux de différents auteurs.

Figure 2 : modèle de médiation en communication



Source : MALOUF 2013, à partir des éléments du cours sur les théories de la communication, Davallon.

Dans le modèle de médiation, la communication est la construction des conditions de l'échange. L'opérateur est un tiers qui rend possible cet échange. Les sciences de l'information et de la communication ont souvent recours à la notion de médiation pour cerner l'expérience de la réception et de l'appropriation des objets culturels, ainsi que les dispositifs qui la rendent possible.

Flon dit ceci de la médiation dans le cadre du patrimoine : « *la médiation est comprise comme une pratique signifiante collaborative faisant intervenir de nombreux protagonistes (...), tandis qu'une partie de cette pratique est conditionnée et configurée par la matérialisation de certains éléments dans le dispositif de communication.* »⁵³

Selon Jean Caune, « la médiation culturelle est bien plus qu'une diffusion des formes de la culture : elle est une mise en œuvre sensible d'actes de parole, d'activités ou de représentations. Ces

⁵¹ Rueda A., *Des médias aux médiations : quelles médiations, quels objets, quels enjeux*, article, in les enjeux de la communication et de l'information, 2010, pp. 88-103

⁵² Idem

⁵³ Flon E., *La médiation entre production et réception*, article, in communication and langages, n° 158, Persée, 2008, p. 14

phénomènes matériels et signifiants prennent sens dans un contexte social et construisent un sentiment d'appartenance à une collectivité. »⁵⁴

La médiation met, en effet, en contact un sujet de parole, le support matériel de son expression et un interlocuteur qui partage avec lui un monde de références, c'est-à-dire une culture. La dimension culturelle, considérée comme « production de sens sous la forme d'un rapport social » est donc intrinsèquement liée au média⁵⁵. D'après l'auteur, le terme médiation renferme une certaine ambiguïté car elle repose sur 3 approches qui se confondent.

La première concerne le rôle idéologique de la médiation. Elle est souvent utilisée par les leaders pour influencer, convaincre, séduire le public. « Elle apparaît comme un moyen que se donne l'institution (juridique, politique ou culturelle) pour maintenir le contact avec ses administrés et imposer des représentations et des relations sociales. Le plus souvent, la médiation du discours des dirigeants se développe par le biais des médias : la médiatisation est alors le dispositif social et technique par lequel les citoyens sont visés dans l'espace public. »⁵⁶

Dans le même ordre d'idées, Davallon, dans ses travaux sur l'approche médias et objet muséal, définit les médias en tant que médiation. Un moyen de rentrer en contact avec le public.

Deuxièmement, la médiation en tant que concept, permet de comprendre la diffusion de formes langagières ou symboliques, dans l'espace et le temps, pour produire une signification partagée dans une communauté. Le phénomène de médiation permet alors d'élargir l'objectif de démocratisation culturelle : il s'agit autant de démocratiser l'accès à une culture faite d'objets consacrés, que de faciliter et de susciter une diversité d'espaces dans lesquels l'expérience esthétique de chacun puisse s'épanouir.⁵⁷ Autrement dit, la médiation est une pratique professionnelle qui se situe dans un processus de démocratisation culturelle.

Enfin, le troisième point porte sur l'influence des médias dans la construction de l'individu et de la vie en communauté. En effet, les médias ne sont guère neutres comme cela peut être pensé. Ils ne se limitent pas qu'à la diffusion et à la création de la culture, leur rôle est beaucoup plus important. Les médias, comme d'autres institutions (école, les musées, etc.) permettent à l'individu de forger sa personnalité et d'acquérir certaines valeurs en tant que membre d'une société. Ces institutions sont des moyens par lesquelles les individus se construisent et comprennent les autres.

⁵⁴ Caune J., *La médiation culturelle : une construction du lien social*, article, Persée, in pp. 2-3

⁵⁵ Idem

⁵⁶ Ibidem, p. 17

⁵⁷ Caune J., *Pour une éthique de la médiation : les sens des pratiques culturelles*, PUG, 1999, P. 294

2.2.6 Radio et patrimoine culturel: de la médiation à la médiatisation

Dans le cadre de la valorisation du patrimoine, la relation culture média est analysée à travers le dispositif de médiation qu'est la radio. Cette relation, se situe dans une approche médiaculturelle ,au sens de Mace et Maigret : « *Nous évoquons (...) des médiacultures, points d'intersection des phénomènes démocratiques contemporains de construction du sens et de la valeur, en décroissant l'étude sur les médias(traditionnellement réservée aux spécialistes de la communication) de celle des cultures (apanage des spécialistes de l'art, du cinéma, de la culture) et celle sur les politiques de représentations (réservée aux penseurs du politique)* »⁵⁸. Selon Smati, cette approche tient compte des interactions et les dynamiques entre médias et culture, ainsi que l'ensemble des médiations qui s'y inscrivent. Pour Barbero, la médiation fait partie intégrante de la médiatisation, « elle n'est guère une antithèse des médias, mais contexte dans lequel les discours radiophoniques sur la culture acquiert du sens, passant le clivage entre média et médiations »⁵⁹.

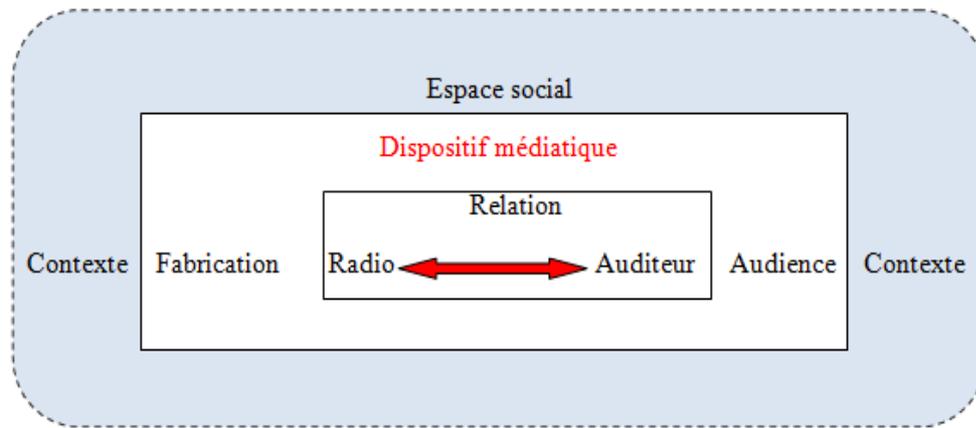
Le patrimoine en lui-même ne communique pas et ne possède guère un réel sens. C'est l'action de médiation ou encore de médiatisation, à travers un dispositif de communication qui permet de communiquer le patrimoine, de le mettre en valeur et donc de contribuer à sa pérennisation. La radio outil du médiateur diffuse les informations permettant de mettre en avant les objets de la culture dans l'espace public. La radio en tant que dispositif met en relation les auditeurs et le patrimoine. Comme le souligne bien Guzin : « *Les rapports entre patrimoine et médiation culturelle se rapportent de façon vague et générale au processus qui s'opère entre le patrimoine en tant que représentation d'une culture et le public. Autrement dit, la problématique de la médiation culturelle se situe dans la dynamique des représentations culturelles et leur appropriation par la collectivité et, dans le cas des radios, entre une construction patrimoniale et sa réception*»⁶⁰.

⁵⁸ Mace E. et Maigret E., *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin, 2005, p. 10

⁵⁹ Barbero, J., *Des médias aux médiations : communications, culture et hégémonie*, Paris, CNRS.

⁶⁰ Guzin Lukic N., *Patrimoine, musée et médiation*, article, Université Laval, p. 7

Figure 3 : Dispositif de médiatisation du patrimoine culturel à la radio



Source : Malouf 2013 à partir des éléments du cours sur les théories de la communication, Davallon

2.3 Valorisation et sauvegarde du patrimoine culturel : définition et enjeux

Pour faire du patrimoine un enjeu de développement, deux actions fondamentales doivent être menées: la sauvegarde, la valorisation.

2.3.1 La valorisation du patrimoine

La valorisation peut se définir comme la recherche de la meilleure réaffectation d'un bien culturel⁶¹. La valorisation implique au préalable la sauvegarde et une reconversion fonctionnelle et technique. La valorisation du patrimoine est sa mise en valeur à travers diverses actions. Il s'agit des actions d'animation et de manifestations qui répondent à l'intérêt du public. C'est de la valorisation promotion. Elle doit se faire sur la base d'un inventaire établi scientifiquement, qui est en soi un outil de connaissance mais aussi un matériau susceptible d'être utilisé en termes de communication de l'action de politique urbaine et culturelle du territoire. Dans le cadre de ce travail, il est question de la valorisation diffusion, c'est à dire, faire connaître le patrimoine à travers un canal de diffusion, la radio.

⁶¹ Cochain A., Enjeux territoriaux de la valorisation du patrimoine, dossier disponible sur www.ludigot.net (consulté le 23/11/12)

2.3.2 Sauvegarde du patrimoine

La sauvegarde d'un bien patrimonial est l'acte de le protéger et d'en assurer l'intégrité⁶².

L'idée de sauvegarde des biens culturels devenus collectifs est contemporaine de la frénésie de destruction des symboles de l'Ancien Régime en France. En effet, quand l'Assemblée Constituante, en 1793, mit les biens du clergé à la disposition de la nation, elle créa l'idée d'un bien collectif. Elle instaure le pillage des biens privés (cléricaux et nobiliaires) pour enrichir le patrimoine national : les symboles du clergé et du régime renversé sont mis à la disposition de la nation. C'est là que sont commises les dégradations les plus irréversibles. C'est ainsi que des mesures législatives sont prises en 1793 pour préserver les œuvres d'art. L'Abbé Grégoire, membre de la Convention, réveille la nation par son rapport de 1794⁶³: « *Les barbares et les esclaves détestent les sciences et détruisent les monuments de l'art. Les hommes libres les aiment et les conservent.* » Il énonce une conception du patrimoine assez proche de la nôtre :

« *Les hommes ne sont que les dépositaires d'un bien dont la grande famille humaine a le droit de vous demander des comptes* ».

D'après la recommandation de l'UNESCO concernant la sauvegarde des ensembles architecturaux ou traditionnels et leur rôle dans la vie contemporaine précise que « *chaque ensemble historique ou traditionnel et son environnement devraient être considérés dans leur globalité comme un tout cohérent dont l'équilibre et le caractère spécifique, dépendent de la synthèse des éléments qui le composent et qui comprennent les activités humaines autant que les bâtiments, la structure spatiale et les zones d'environnement. Ainsi, tous les éléments valables, y compris les activités humaines même les plus modestes par rapport à l'ensemble, une signification qu'il importe de respecter* »⁶⁴.

Ainsi, la sauvegarde doit se fonder sur une définition claire du bien patrimonial et de ses rapports avec son environnement. Elle tend de plus en plus à aller au-delà de la substance physique et s'attache à la qualité du bien (valeurs intrinsèques) et ses valeurs associées (extrinsèques)⁶⁵. Celles-ci sont nombreuses et en général extrinsèques au bien. Celles jugées importantes gouvernent sa protection et

⁶² www.unesco.org(consulté le 26/10/12)

⁶³ Service pédagogique, Château guillaume le conquérant, fiche enseignant, *la notion du patrimoine*, pp. 3-4

⁶⁴ www.unesco.org , Rencontre de Nairobi en 1976 (Consulte le 06/11/12)

⁶⁵ Idem

sa conservation. Il peut s'agir de bien à caractère historique économique. Les valeurs associées se retrouvent au cœur de la décision de sauvegarde⁶⁶.

L'UNESCO dans sa convention sur la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, définit la sauvegarde en ces termes : « *On entend par "sauvegarde" les mesures visant à assurer la viabilité du patrimoine culturel immatériel, y compris l'identification, la documentation, la recherche, la préservation, la protection, la promotion, la mise en valeur, la transmission, essentiellement par l'éducation formelle et non formelle, ainsi que la revitalisation des différents aspects de ce patrimoine* »⁶⁷.

Au regard de toutes ces définitions, la sauvegarde consiste donc à la préservation, la promotion et la transmission du patrimoine tant matériel qu'immatériel.

2.3.3 Les enjeux de la valorisation et de la sauvegarde du patrimoine

« *Il n'y a pas de développement qui ne soit ancré sur la culture et l'histoire d'un pays; et le patrimoine culturel est un référent non négligeable*⁶⁸ ». L'enjeu du patrimoine est de ce fait considérable.

Et tout projet de développement, pour réussir, doit prendre en compte sa dimension culturelle. Surtout pour un pays comme la RCA, qui depuis des décennies est plongé dans des conflits ayant entraîné une tension entre les différentes communautés.

La valorisation du patrimoine culturel, est aussi d'un apport indéniable dans le renforcement du sentiment d'appartenance et de fierté voire de dignité des populations locales. Dans ce contexte de globalisation, le patrimoine culturel permet de rendre compte des spécificités nationales et de ce fait, de participer à la diversité culturelle. De plus, la question du rapport au passé recouvre des enjeux identitaires, car le rapport au passé peut être mobilisé au service de revendications nationalistes, ou dans une perspective d'exclusion de l'autre.

Par ailleurs, la pratique du classement, de la sauvegarde et de la valorisation des sites naturels et culturels n'est pas pour rien dans le développement d'un tourisme culturel national et international, sans compter les opportunités qui en découlent pour la création d'emplois et la génération de revenus. Les actions en faveur de la sauvegarde et de la valorisation du patrimoine peuvent donc être à l'origine d'une multitude d'emplois. Cela peut constituer un levier pour assurer le développement des

⁶⁶ Poulot D., *Le sens du patrimoine : hier et aujourd'hui*, In: Annales. Économies, Sociétés, civilisations, 48e année, N. 6, 1993. pp. 1601-1613

⁶⁷ www.unesco.org (le 08/12/12)

⁶⁸ Extrait du discours de Stella Madaila, chargée d'affaire de Memnon Archiving Services et membre du comité d'organisation du forum sur la sauvegarde du patrimoine culturel des pays francophones post-conflits, tenu à Kinshasa en Octobre 2008. Disponible sur www.mediacongo.net.

territoires⁶⁹. Le patrimoine culturel possède donc une dimension économique, du moment où de multiples services peuvent être rendus à partir du patrimoine existant⁷⁰.

Comme enjeu de protection du patrimoine, la communication autour du patrimoine est une sensibilisation au passé qui peut amener à développer une attitude responsable vis-à-vis des traces du passé et le risque de disparition. En effet, le patrimoine matériel et immatériel sont livrés à la dégradation, à la destruction ou à la disparition. Cela reviendrait à couper tout un peuple de ses racines, voire de sa culture. Donc la valorisation qui implique la sauvegarde est un moyen de pérenniser le patrimoine.

Enfin, la connaissance du patrimoine local par les jeunes est un véritable enjeu social : le regard porté sur son proche environnement attise l'envie de découvrir, la soif de comprendre et suscite le respect. Il renforce les liens entre les générations.

⁶⁹ UNESCO., *Patrimoine et développement local*, guide à l'intention des collectivités locales africaines, p.10

⁷⁰ Greffe X., *La valorisation économique du patrimoine*, Paris, 2003, p. 121

3 APPROCHE METHODOLOGIQUE

Cette section décrit les procédés utilisés pour conduire cette étude. Elle s'articule autour des points des méthodes d'analyse et des techniques de collecte de données.

3.1 Les méthodes d'analyse

3.1.1 *La méthode structuro fonctionnaliste*

Adopter le point de vue fonctionnaliste consiste à expliquer les phénomènes sociaux à partir de leur fonction sociale. Dans les règles de la méthode sociologique, Emile Durkheim faisait allusion à cette approche, quand il affirmait ceci « *Quand on entreprend d'expliquer un phénomène social, il convient de rechercher séparément la cause efficiente qui le produit et la fonction qu'il remplit (...)* »⁷¹. Ainsi, si l'on se réfère à l'approche fonctionnaliste développé par Radcliffe Brown, qui essaie de lier logiquement structure, processus et fonction, dans une société envisagée comme un tout cohérent (structure), la fonction d'un usage social déterminé est sa contribution au fonctionnement du système social total. Pour comprendre la fonction d'une institution, une activité, il convient donc de la rapporter à la structure sociale globale et de montrer son rôle dans le maintien de cette structure⁷².

En effet, la culture et le patrimoine s'inscrivent dans un cadre global qui est la société. L'examen des cadres juridique et institutionnel, ont permis de situer, l'orientation médiatique en matière de la valorisation du patrimoine, ainsi que la politique culturelle. Les dispositions et les actions mises ou non en œuvre par le pouvoir public, pour la gestion du patrimoine. Cette démarche a permis de comprendre et d'expliquer le dysfonctionnement dans ce domaine.

3.1.2 *La méthode sémio- pragmatique*

L'analyse sémio-pragmatique intervient dans la compréhension de l'impact de la médiatisation du patrimoine sur les récepteurs. Elle consiste à identifier le sens du discours véhiculé par les médias notamment la radio dans le contexte de valorisation du patrimoine. Elle permet de définir la relation que le dispositif instaure avec le récepteur, ainsi que celle entre le récepteur et l'objet patrimonial en question. Pour cela nous avons procédé par l'analyse d'une émission culturelle *Balao kotara*, dédié à l'histoire et à la valorisation des pratiques traditionnelles en RCA. Cette analyse porte sur la forme, le contenu de l'émission étudiée en tenant compte des éléments propres au support audio. Comme le dit bien Nozha Smati, « *Dans une démarche compréhensive, l'analyse sémio-pragmatique permet*

⁷¹ Durkheim E., *Les règles de la méthode sociologique*, Puf, Paris, 1986, p. 95

⁷² Renouard G. et Montousse M., *100 fiches pour comprendre la sociologie*, Paris, Bréal 2006, p. 43

d'identifier, par le moyen de la radio, comment les énoncés qui sont donnés à écouter reflètent les faits culturels médiatisés et de saisir, par contextualisation, ce qui sous tend la médiatisation des faits »⁷³.

Pour pouvoir +vérifier l'hypothèse précédemment émise, nous avons utilisé quelques techniques de collecte de données.

3.2 Les techniques de collecte de données

Plusieurs techniques ont permis d'obtenir les informations nécessaires à la réalisation du présent travail.

3.2.1 *La recherche documentaire*

Divers types de documents ont été consultés. Il s'agit des ouvrages, des éléments audiovisuels (quelques émissions culturelles), ainsi que des documents officiels (Loi, Décrets, conventions).

Le web a été également mis à contribution, via les moteurs de recherche.

3.2.2 *L'entretien*

Quelques responsables au niveau de la Direction du patrimoine et ceux en charge des programmes au niveau des stations radio nous ont accordé un entretien. Au total 12 personnes ont été interviewées. Il s'agit d'identifier les actions et politiques mis en place par l'Etat pour la gestion et la promotion du patrimoine en RCA d'une part, et d'autre part, il s'agit de voir les orientations médiatiques, par rapport à la question du patrimoine.

3.3 Difficultés rencontrées

La principale difficulté est relative à l'inexistence de données. Le présent travail se base sur un certain nombre d'études et publications faites par des scientifiques, opérateurs culturels et par des institutions de la place dans le secteur des médias et du patrimoine culturel.

La mauvaise gestion du patrimoine et l'absence de documentation rendent difficile la collecte de données dans ce domaine. Ajouté à cela, la rétention de l'information par les responsables de la dite entité. Des données essentielles telles que le montant du budget alloué au secteur de la culture, des fonds octroyés pour le fonctionnement de la direction du patrimoine, surtout dans le cadre de la coopération culturelle, auraient permis une meilleure analyse. Il se pose la même difficulté avec radios,

⁷³ Smati N., *Médiatisation du fait théâtral en Tunisie ; analyse sémio-pragmatique d'une émission radiophonique*, 17^e congrès de la SFESIC, Université de Bourgogne, 2010.

où il n'existe pas d'étude sur l'audience. Nous nous sommes basées sur des estimations faites par les responsables des stations.

4 ANALYSE ET PROPOSITION

La discussion se fera autour de l'analyse sémio – pragmatique d'une émission sur le patrimoine. La proposition quant à elle sera basée sur le projet de production d'une émission sur le patrimoine culturel.

4.1 Analyse sémio- pragmatique d'une émission radiophonique

Cette partie traite de la médiatisation du patrimoine à travers une émission radiophonique, qui s'intitule, *Balao kotara* sur radio *Ndeke Luka*. L'analyse est qualitative et se base sur des paramètres spécifiques au support radiophonique (référentialité, énonciation, mise en onde, forme de médiatisation). Elle consiste à saisir le processus de médiatisation au plan technique, sémiotique et médiatique.

4.1.1 Les différentes étapes de l'analyse

- L'objet communicationnel : l'émission

L'émission *Balao kotara* évoque l'histoire et le patrimoine de la RCA, à travers des faits historiques, des récits des pratiques traditionnelles propres aux différents groupes ethniques. Elle est diffusée tous les jours sur radio *Ndeke Luka*. Le titre de l'émission *Balao kotara* est en langue nationale, le sango et signifie « bonjour le sage ». Pour cette analyse sera considérée la version de l'émission diffusée le 29 décembre 2012. L'émission radio a une spécificité en ce sens qu'elle s'inscrit dans la tradition orale, chère aux sociétés africaines et précisément Centrafricaine. Pour saisir l'identité discursive de cette émission, nous allons essayer d'analyser l'agencement des rubriques verbales et sonores, tout en faisant le lien avec la promesse médiatique. Aussi il s'agit d'étudier le statut des informations délivrées par l'émission aux auditeurs. L'objectif du travail est de caractériser la relation que l'émission instaure avec l'auditeur et la relation qu'il propose d'établir avec le passé.

- Une forme de médiatisation qui ne cadre pas avec le contenu

L'émission *Balao kotara* est sous la forme d'un « magazine ». Comme le dit Charaudeau, « *le contenu n'est saisissable qu'à travers des formes et ce sont celles-ci qui sémiotisent le monde* »⁷⁴ Elle dure 55 minutes et inclut une seule respiration musicale. On note une absence d'autres genres radiophoniques (interview, reportage, micro trottoir, etc.). Ce manque d'hétérogénéité remet en cause la forme en tant que magazine. Car c'est le mélange de genre qui caractérise généralement un magazine.

⁷⁴ Charaudeau P., *Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997, pp. 23

- Une programmation qui vise un grand public

« La programmation est un paramètre stratégique décisif pour la valorisation de l'émission »⁷⁵. *Balao kotara* est diffusé entre 15H05 et 16H00. Heures supposées de grande écoute⁷⁶. Cette programmation révèle l'importance de la question patrimoniale, et la radio s'arrange de sorte que l'émission soit écoutée par un grand nombre d'auditeurs. Toute l'émission est un prêté à diffuser (PAD). Il n'y a pas d'interactivité avec les auditeurs.

- Une mise en onde peu riche

Elle se base sur l'observation des éléments de l'habillage : générique, l'organisation de l'émission et les illustrations sonores. Tout ce qui permet de d'accrocher l'auditeur.

Selon Esquenazi, les génériques « font l'objet de calculs savants visant à obtenir une reconnaissance immédiate »⁷⁷. Le générique de début de *Balao kotara* se compose d'une musique traditionnelle, mêlé d'une voix féminine annonçant l'intitulé de l'émission ainsi que sa promesse médiatique « *Balao kotara, Balao kotara, écoutez l'histoire et les traditions des peuples de Centrafrique* ». Ce générique répond certes à l'esprit de cette émission dédiée à la tradition, mais il reste très simpliste. L'autre élément sonore qui intervient est la virgule musicale au milieu de l'émission. Elle dure que 5 seconde. L'on note peu d'illustrations sonores, l'émission est très peu valorisée à travers cette mise en onde, peu sophistiquée. La structure de *Balao Kotara* ne donne pas une meilleure visibilité du contenu auprès des auditeurs. L'on note l'absence de reportage, d'interview, d'acteurs du monde culturels et du patrimoine. Ceci à évidemment un impact sur le contenu de l'émission.

- Le contenu de la médiatisation : un dispositif énonciatif minimaliste

Le dispositif mis en œuvre dans *Balao kotara* montre une texture énonciative minimaliste et solitaire. L'autorité énonciative est l'animateur. L'animateur intervient seul en tant qu'historien et détenteur de savoirs. Il a l'exclusivité du discours tout au long de l'émission. Il n'y a pas d'énonciateurs secondaires. L'animateur est identifié dans le générique : « *émission réalisée et présentée par kotara Henry Yézanpa* ». L'énonciation est du type direct. Par ailleurs, les marques d'énonciation, « nous inclusif »,

⁷⁵ Smati N., *Médiatisation du fait théâtral en Tunisie : analyse sémio-pragmatique d'une émission radiophonique*, 2010, p.2

⁷⁶ Il n'existe pas une connaissance réelle de l'audience des médias en Rca. Ces heures de grande écoute sont basées sur des estimations.

⁷⁷ Esquenazi JP., *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*, PUG, 2002, p. 112

« vous », représentant les auditeurs se mêlent et traduisent une volonté de proximation subjective entre énonciateur et auditeurs selon les termes de Nozha Smati⁷⁸.

De plus, le choix du *sango*, la langue nationale parlée sur toute l'étendue du territoire, se situe dans cette volonté de satisfaire un large public et renforcer cette proximité énonciateur – auditeurs, à travers une énonciation plus affective. Autre procédé utilisé pour rapprocher les auditeurs est l'invitation à participer à l'émission. Ceci via l'envoi de courriers et d'appel téléphonique. C'est un indicateur de proximation objective, qui permet d'insérer l'auditeur dans le dispositif énonciatif.

Quant à la référentialité, il y a de multiples marques de datation (période précoloniale, coloniale) et de localisation, (région du Haut Mbomou, Est de la RCA). Les faits relatés se situent dans une région précise du pays. Ceci pour établir une relation entre les auditeurs et le monde référentiel.

- Quelle médiation sous-tend cette médiatisation ?

La valorisation du patrimoine s'inscrit dans une identification forte au territoire. Le dispositif est informatif et didactique. Il véhicule une culture encrée dans les spécificités régionales. En effet, l'émission permet aux auditeurs de connaître l'histoire des différentes régions du pays, elle révèle aussi les pratiques culturelles, les savoirs faire qui ont existé et qui continue de l'être. La forte présence de marqueurs de réalité (la notoriété et compétences du présentateur, les lieux et les noms des personnages qui ont réellement existé....) établie une relation de confiance entre le dispositif et l'auditeur.

4.1.2 Critique de l'émission

Du point de vue conceptuel, la principale qualité de *Balao kotara* est son caractère original. Car elle sort du schéma habituel des émissions culturelles, qui ne se limitent qu'à la seule valorisation de la musique au détriment de autres composantes du patrimoine tels que, les sites naturels, les pratiques traditionnelles, les savoirs faire locaux etc.

De plus, elle ne se positionne pas sur l'évènementiel (émissions culturelles, fondées sur de l'information culturelle, de l'agenda des événements sans une quintessence pertinente). Elle est plutôt encrée dans la réalité historique de la société centrafricaine. En effet, *Balao kotara* a le mérite de faire un saut vers le passé et de connecter les auditeurs au monde de l'histoire et des pratiques traditionnelles généralement méconnus du grand public et surtout des jeunes. Un autre atout est sa forme informative

⁷⁸ Smati N., *Médiatisation du fait théâtral en Tunisie*, op cit, p. 10

et pédagogique qui lui confère une certaine crédibilité. Par ailleurs, on note une diversité et une régularité des sujets qui sont des composantes importantes pour la fidélisation des auditeurs.

Du point de vue technique, le déroulement de l'émission devrait être amélioré. L'absence d'un meilleur habillage ne valorise guère le contenu de l'émission. Sa structure est simpliste. La texture énonciative solitaire devrait être renforcée, avec des énonciateurs secondaires. Aussi l'absence d'autres genres radiophoniques prive cette émission d'une réelle consistance.

Enfin, l'intitulé de l'émission *Balao kotara* qui signifie « Bonjour le sage ou l'ancêtre » en sango langue nationale, nous semble peu approprié. Tout porte à croire que l'on donne la parole à un sage, un homme du passé pour raconter quelque chose. Cela peut se comprendre par le fait que le sage en question serait le présentateur. Si tel est le cas, le présentateur personnifie un peu trop l'émission.

A la lecture de cette analyse, nous proposons une émission améliorée sur le patrimoine culturel centrafricain.

4.2 Proposition : Projet de réalisation d'une émission radiophonique sur le patrimoine culturel en RCA.

Le projet de promotion du patrimoine culturel centrafricain à travers les radios de proximité, consiste en la production d'une série d'émissions radiophoniques portant sur la valorisation du patrimoine culturel.

4.2.1 Contexte et justification du projet

L'époque actuelle de mondialisation et d'accélération des technologies de communication nécessite une réelle considération de la spécificité culturelle. D'où l'importance de la valorisation du patrimoine qui est le socle de l'identité nationale. Le patrimoine pour être connu et pérennisé doit être transmis de génération en génération. Et les médias constituent un moyen de mettre la culture à la disposition du grand nombre. La valorisation du patrimoine à travers la radio serait un moyen de faire connaître le patrimoine culturel de la RCA, tant au niveau national qu'international. Cette diffusion du patrimoine permet de le valoriser et par ricochet le sauvegarder.

Le patrimoine culturel centrafricain, dans son immense diversité, est d'une exceptionnelle richesse, mais demeure très peu valorisé. Il reste méconnu tant au niveau national qu'international. Or, l'on note l'existence des identités culturelles régionales porteuses de potentiels susceptibles de contribuer de manière non négligeable au développement du pays. Ces gisements doivent être exploités et mis en valeur pour contribuer au nécessaire rayonnement du pays. A cela s'ajoute la situation de crise politique

à répétition que connaît la RCA depuis plus d'une décennie. En conséquence, on note les hiatus suivants :

- Absence de réelle promotion et de valorisation du patrimoine culturel
- Déficit de prise en compte du volet culturel dans les sphères d'éducation et d'enseignement
- Insuffisance de musées et centres culturels et de bibliothèques
- Inexistence de médias thématiques dans le domaine culturel et insuffisance de politique de promotion dans les médias.

4.2.2 *Les objectifs du projet*

Objectif global

Promouvoir et sauvegarder le patrimoine culturel de la République Centrafricaine par la production d'émissions radio appropriées.

Objectifs Spécifiques

- Proposer une émission de meilleure qualité sur le patrimoine culturel
- Augmenter le nombre d'émission sur le patrimoine culturel
- Faire connaître toutes les composantes du patrimoine aux centrafricains
- Contribuer à l'éducation au patrimoine.

4.2.3 *Résultats escomptés*

- 25 émissions radio sont réalisées
- La qualité de l'émission attire plus d'auditeurs jeunes
- Les centrafricains connaissent mieux leur patrimoine
- La population s'implique dans la valorisation et la sauvegarde.

4.2.4 Les acteurs et partenaires du projet

PARTICIPANTS	CARACTERISTIQUES
Cibles	<ul style="list-style-type: none"> - La population centrafricaine
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> - Les institutions internationales : l'UNESCO, CEMAC, OIF, ACTED, les Ambassades accréditées en RCA - Les institutions nationales : Ministères de la culture, les collectivités locales, TELECEL, MOOV, AZUR (opérateurs de téléphonie mobile) - Les associations œuvrant dans le secteur culturel et du patrimoine - Radio Ndeke Luka, Radio Centrafrique
Bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> - Toute la population

Source Malouf 2013

4.2.5 Le porteur du projet

Le projet sera porté par l'association «Tongolo». Cette association est en création. Elle a pour but la promotion des arts et de la culture en RCA.

4.2.6 Lieu et durée de réalisation du projet

Le présent projet sera réalisé en Centrafrique. Sa durée est de 18 mois. Elle se décompose ainsi : l'installation des infrastructures abritant le projet durera 3 mois. La mise en œuvre va s'étendre sur une période de 10 mois. La réalisation des émissions sur 4 mois. (cf. diagramme de Gantt du projet).

4.2.7 Présentation de l'émission

Titre de l'émission: " Mossoro ", ce qui signifie « richesse » en langue sango.

Concept : *Mossoro* est un magazine sur le patrimoine culturel de la RCA. Il est basé sur l'histoire, les traditions, les savoirs et les savoirs-faire locaux. Les reportages font appel à des passionnés, à des sages, des professionnels de la culture ou acteurs de leur propre histoire, qui permettent d'établir le lien entre le passé et le présent. L'émission se fait, avec des invités en studio. Mais elle peut être itinérante avec des reportages tournés sur des sites historiques et touristiques à travers le pays. Les sujets à traiter porteront sur la promotion, la sauvegarde, la transmission des savoirs et des métiers, au travail

des associations et des particuliers qui se mobilisent pour défendre et valoriser la culture et le patrimoine culturel.

Type de l'émission : culturel (patrimoine)

Format : magazine reportage de 52 minutes

Périodicité : mensuel.

La cible : Les jeunes de 12 – 35 ans ; toute la population centrafricaine

La ligne éditoriale de l'émission : Positionnement

Cette émission se veut une émission de référence dans le domaine du patrimoine. Communiquer autrement sur les richesses patrimoniales en impliquant des acteurs et des spécialistes du secteur, afin d'impacter sur la perception du patrimoine en RCA et contribuer à sa plus large diffusion. La langue de l'émission sera le sango, langue nationale et le français en fonction du thème, des invités et des lieux. Elle sera diffusée par la Radio Ndeke Luka, qui est l'une des radio les plus écoutées en RCA.

Le ton de l'émission : décontracté, rythmé.

La forme : Pédagogique, Informatrice et divertissante.

Structure de l'émission

L'émission est faite d'un mélange de genre. On y trouve une rubrique, une éphéméride sur les grandes dates de l'histoire et du patrimoine ainsi que des personnages ayant marqué l'histoire de la RCA. La programmation musicale est un mixage de la musique traditionnelle et moderne, très appréciée par les jeunes centrafricains. Le contenu des différentes interventions, varie à chaque numéro et en fonction des invités. L'émission "Mossoro" sera un PAD. Les entretiens seront faits avec des invités qui sont des acteurs et experts du monde culturel, des personnes et associations œuvrant dans le domaine du patrimoine. La mise sera riche et sophistiquée.

Les intervenants : Une animatrice et des invités.

Habillage de l'émission

Deux types de sources sonores seront utilisés : fixes et ponctuels.

Fixes : générique de l'émission et de la rubrique /Jingles de la radio / Voix Off du début de l'émission.

Ponctuels : Interviews, rubrique, illustrations musicales.

Le déroulement de l'émission : le conducteur

Tableau 3: conducteur de l'émission

Heure	Date	Emission	Animateur/producteur	durée
15H05	-----	« Mossoro »		52'00
Temps cumulé	source	Eléments	indications	durée
00'00	MAG	Indicatif début	A blanc	0'20
0'20	MAG	Introduction de la voix féminine : présentation de l'animatrice plus promesse médiatique de l'émission	Sur générique	0'30
50	MIC	Animateur : Présentation du thème et des invités	A blanc + Signe CD	1'00
1'50	CD	Musique	A blanc	1'00
2'50	MIC	Animatrice + invités : début de l'entretien sur le thème du jour	A blanc	10'00
12'50	MAG	Reportage sur le thème du jour	A blanc	8'00
20' 50	MIC	Retour en studio/plateau et poursuite de l'entretien	A blanc	8'00
28'50	CD	Musique	A blanc	0'15
29'05	MAG	Autopromotion de l'émission	A blanc	0'30
29'35	MIC	Poursuite de l'entretien	A blanc	10'00
39'35	MAG	Autopromotion de la chaine/pub sponsor	A blanc	0'40
40'15	CD	Animatrice désannonce MAG + lancement rubrique éphéméride	Lancer générique rubrique sous dernier mot	1'00
41'15	MIC	Rubrique Ephéméride	Remonter générique derrière micro	3'00
43'15	MAG	Générique de fin de rubrique	Cut derrière micro	0'06
43'21	MIC	Dernière partie de l'entretien	A blanc	6'10
49'31		Musique	A blanc	0'40
50'11	MIC	Animatrice : remerciement présentations des invités + sponsors	A blanc	1'20
52'00	MAG	Indicatif de fin	Cut derrière micro	0'29

Source : Malouf à partir des éléments du manuel de formation de l'AEF, Chenuaud, 2006

4.3 Mise en œuvre du projet

Elle se fait à partir de moyens techniques et des différents types de ressources.

Planification des activités

4.3.1 Faisabilité

La faisabilité du projet nécessite non seulement la mise en synergie des diverses ressources tant humaines, financières que techniques.

Tableau 5: Ressources pour l'émission

RESSOURCES	COMPOSANTES
Humaines	<ul style="list-style-type: none"> - 1 animatrice - 1 metteur en onde
Matérielles	En plus de la production dans les studios radio, une partie de la production de l'émission sera externalisée, donc confiée à un studio, Jowice Production ⁷⁹ .
Financières	<ul style="list-style-type: none"> - Fond propre - Sponsoring - publicité

Source Malouf 2013

⁷⁹ Cette production concerne seulement les émissions itinérantes qui nécessitent plus de ressources matérielles. Celles des studios radios partenaires étant très limitées

4.3.2 Budget prévisionnel

Tableau 6: Budget

DESIGNITATION	QUANTITE	PRIX UNITE (XAF)	PRIX TOTAL (XAF)
Equipement	10	400 000	4 000 000
Productions	25	90 000	2 250 000
Frais généraux Tongolo	Forfait	4 250 000	4 250 000
Charges personnel	08	50 000	7 200 000
Communication	01	500 000	500 000
Location véhicule 4X4	10	70 000	700 000
Carburant	Forfait	1 000 000	1 000 000
Assurance et frais divers	01	575 000	575 000
Imprévus	01	600 000	600 000
TOTAL GENERAL			21 075 000 XAF
			32 175 EURO

Source : Malouf 2013

Plan de financement

Tableau 7 : Plan de financement

PARTIES	POURCENTAGE	MONTANT
Partenaires publics	20%	4 215 000
Partenaires internationaux	50%	10 537 500
Sponsors	25%	5 268 750
Investissement RFPAC	5%	1 053 750
TOTAL	100%	21 075 000

Source : Malouf 2013

Le modèle économique

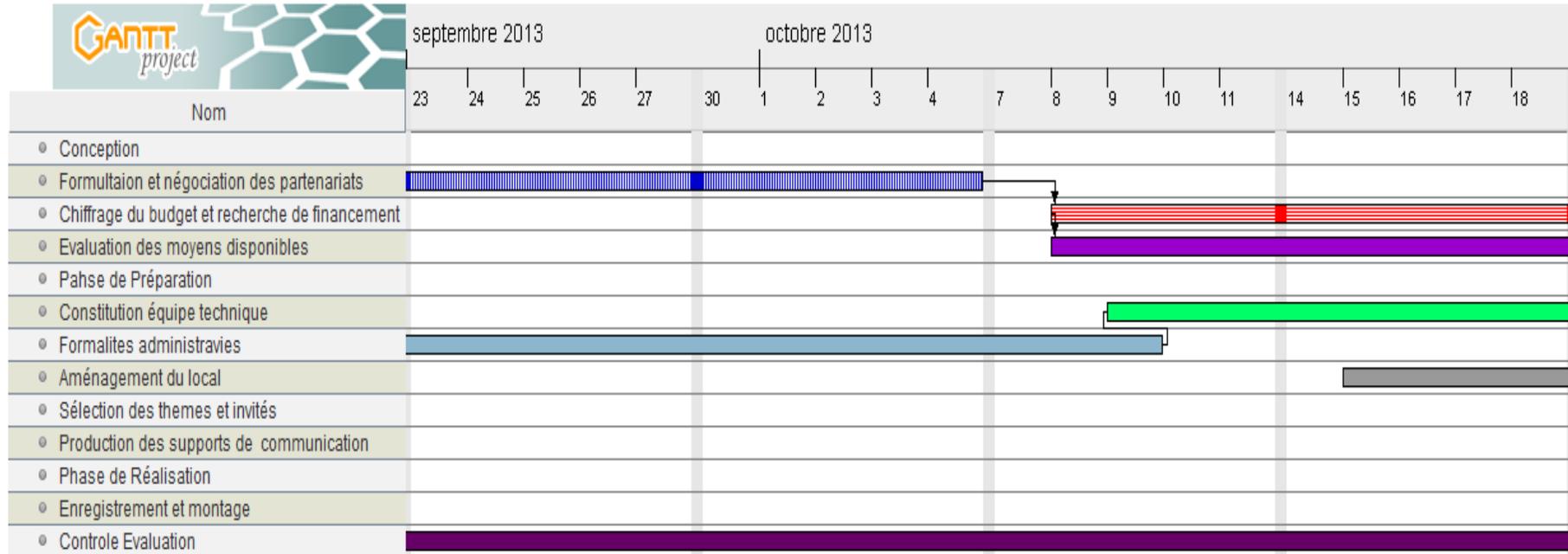
Le financement de l'émission est basé principalement sur le sponsoring et la publicité. Aussi, il est prévu la commercialisation des émissions en coffrets DVD.

Tableau 8: Planification des activités

PHASES	ACTIVITES
CONCEPTION	<ul style="list-style-type: none"> - Formulation du projet et négociation partenariat - Chiffrage du budget et recherche de financements - Evaluation des moyens nécessaires ou disponibles - Rédaction et diffusion des versions du projet selon chaque partenaire
PREPARATION	<ul style="list-style-type: none"> - Constitution de l'équipe de travail - Formalités administratives - Aménagements des espaces - Fourniture du matériel - Sélection des thèmes et des invités - Production des supports de communication
REALISATION	<ul style="list-style-type: none"> - Enregistrement et montage
BILAN	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle et évaluation continu

Source : Malouf 2013

Figure 4: Diagramme de Gant du projet



Source : Malouf 2013

Diagramme de Gantt : outil qui permet, sur le même plan de faire apparaître les tâches du projet, leur ordonnancement et leur dépendance ainsi que le suivi avancement, réalisé avec Gantt Project, logiciel libre disponible sur <http://rie-com.ning.com>.

4.4 Impact du projet

- Une banque de sons sur l'histoire et le patrimoine culturel de la RCA est disponible
- La connaissance des centrafricains sur le patrimoine culturel est améliorée
- La population s'implique dans la valorisation et la sauvegarde du patrimoine.

Quelques thèmes des émissions

- La perception du patrimoine culturel par les centrafricains
- Patrimoine culturel : biens collectifs
- L'histoire et le patrimoine culturel
- Les principaux sites culturels et naturels de la RCA
- Le classement du patrimoine : quels enjeux
- Les différentes régions de la RCA et leur patrimoine
- Développement des territoires et la valorisation du patrimoine
- Les métiers du patrimoine et création d'emploi

CONCLUSION GENERALE

L'objectif de cette étude, qui a porté sur la « *La médiatisation comme stratégie de valorisation et de sauvegarde du patrimoine culturel centrafricain* », était de montrer le rôle et l'impact de la médiatisation dans la valorisation et la sauvegarde du patrimoine culturel de la Centrafrique.

Il ressort de cette étude que, peu de radio diffuse une émission sur le patrimoine culturel. A titre d'exemple, sur vingt deux stations peuplant le paysage médiatique centrafricain, seuls deux font la promotion du patrimoine culturel sur leurs ondes. Il s'agit de la radio Ndeke Luka et la radio Centrafrique.

L'analyse sémio-pragmatique d'une des rares émissions culturelles sur le patrimoine (*Balao kotara*) a révélé des informations pertinentes en ce qui concerne sa qualité. Certains points positifs ont été notés, notamment une réelle volonté d'intéresser et de capter l'attention des auditeurs. Par ailleurs, Cette analyse a mis en lumière quelques insuffisances principalement au niveau technique. On déplore une mise en onde pauvre. Ce qui ne permet pas de valoriser suffisamment le contenu de cette émission, ni d'accroître l'audience.

Le défi est alors de produire une émission de qualité afin renforcer la médiatisation du patrimoine culturel, mais aussi d'élargir l'audience des émissions culturelles proposées en RCA, d'où la proposition de création d'une émission de valorisation du patrimoine culturel centrafricain, intitulée *Mossoro*.

La principale limite de ce travail, est l'absence de données concernant l'audience des émissions culturelles en Centrafrique. Aussi, une analyse comparative à partir d'une autre émission du même genre diffusée dans un autre pays aurait sûrement permis de mettre réellement l'accent sur la qualité des émissions culturelles produites en RCA.

Pour l'avenir, l'enjeu est celui de la numérisation du patrimoine culturel centrafricain, par la mise en place d'un fond documentaire sonore. La numérisation constitue un moyen d'accès privilégié à la culture pour un grand nombre de citoyens. C'est un outil au service de la diversité culturelle dans ce contexte de mondialisation.

Références bibliographiques

Ouvrages généraux

1. Balle (F) : Lexique d'information communication, Dalloz, Paris, 2006.
2. Durkheim (E) : Les règles de la méthode sociologiques, Puf, Paris, 1986.
3. Ghiglione (R) et Matalon (B) : Les enquêtes sociologiques : théories et pratiques, 6e édition, Armand Colin, Paris, 2004.
4. Grawitz (M) : Lexiques des sciences sociales, 6e édition, Dalloz, Paris 1994.
5. Renouard (G) et Montousse (M) : 100 Fiches pour comprendre la sociologie, Bréal, Paris 2006.
6. RGPH, 2003.

Ouvrages spécifiques

1. Balle(F) : Les médias, PUF, collection que sais-je, Paris, 2011.
2. Barbero Martin (J) : Des médias aux médiations : communications culture et hégémonie, paris, CNRS, 2002.
3. Belot (J) : Radio, Études, 2005/9 Tome 403, Cairn info.
4. Caune (J) : - Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles, Grenoble, PUG, 1999.
 - La démocratisation culturelle : Une médiation à bout de souffle, Grenoble, PUG, 2006.
5. Chenuaud (B) : Technique de l'animation radiophonique, Manuelle de formation, AEF, 2006.
6. Champion (R) et Denard (B): Les programmes audiovisuels, Paris, ed.la découverte, 2005.
7. Charte culturelle de la RCA, Bangui, 2006.
8. CIRTEF; Produire plus et mieux : les défis des radios télévisions africaines, Belgique, 2011.
9. Derville : Pouvoir des médias : mythe et réalité, Paris, 2010.
10. Doua (E) : Les médias et identités culturelles ivoiriennes, Synergies Afrique Centrale et de l'Ouest n° 3 – 2009, Université Bordeaux 3.
11. Esquenazi (JP) :L'écriture de l'actualité : pour une sociologie des discours médiatiques, Grenoble, PUG, 2004.
12. Flon (E) : La médiation entre production et réception, In : communication & langages, n° 158, 2008.
13. Flichy (P) : L'Internet et la radio. In: Réseaux, 2000, volume 18 n°100.
14. Greffe (X) : La valorisation économique du patrimoine, Paris, documentation française, 2003.
15. ICCROM : Presse et sauvegarde du patrimoine, Italie, 2002.
16. INTERNEWS : Répertoire des médias et de la communication en Centrafrique, Bangui, 2012.

17. Macet (E) et Maigret(E) : Penser les médiacultures, Paris, Armand Collin, 2005.
18. Machado Dasilva (J) : Les technologies de l'imaginaire, médias et culture à l'heure de la communication totale, Paris, 2006.
19. Moularet (A): Radio de proximité radios et promotion du livre de langue française pour la production d'émissions littéraires radiophoniques en Côte d'Ivoire, mémoire, Université Senghor, 2009.
20. Moles (A) : La radiotélévision au service de la production socioculturelle ; In : communication, 7, 1996.
21. Nada Guzin (L) : Patrimoine musée et médiation, article, Université Laval.
22. Poulot (D) : Le sens du patrimoine : hier et aujourd'hui, In: Annales. Économies, sociétés, civilisations, 48e année, N. 6, 1993.
23. Rieffel (R) : Sociologie des médias, Ellipses, Paris, 2010.
24. Rueda (A) : Des médias aux médiations, quelle médiation, quels objets, quels enjeux ? In : les enjeux de l'information et de la communication, dossier, 2010.
25. Sissoko (R) : Crise de la musique Centrafricaine, UMCA, Bangui, 2009.
26. Smati (N) : Médiatisation du fait théâtral en Tunisie : analyse sémio-pragmatique d'une émission radiophonique, 17e congrès de la SFESIC, Université de Bourgogne, 2010.
27. Tudesq (A) : L'Afrique parle l'Afrique écoute : Les radios en Afrique subsaharienne, Paris, Karthala, 2002.

Lois et Conventions

1. Charte culturelle de la RCA, 2006
2. Convention de l'UNESCO pour la sauvegarde du patrimoine immatériel, 2003
3. Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, 2005

Principaux sites web consultés

-  www.afriquepatrimoine.org (consulté le 20/01/2013)
-  www.unesco.org (le 08/12/12)
-  www.hcccentrafrique.wordpress.com (consulté le 25/12/12)
-  www.ambafrance-cf.org (consulté le 25/01/13)
-  www.assembleenationale-rca.org (consulté le 15/01/13)
-  www.memnon.be (consulté le 24/01/13)
-  www.mediacongo.net (consulté le 15/12/12)
-  [www.chateauguillaume le conquérant.org](http://www.chateauguillaume-le-conquerant.org) (consulté 03/11/12)
-  www.diplomatie.gouv.fr (consulté le 11/09/12)

Liste des illustrations

Figure 1: carte géographique de la RCA.....	3
Figure 2 : modèle de médiation en communication.....	22
Figure 3 : Dispositif de médiatisation du patrimoine à la radio	25
Figure 4: Diagramme de Gant du projet.....	43

Liste des tableaux

Tableau 1 : marché des postes récepteurs en RCA	13
Tableau 2: programmation sur les médias centrafricains.....	14
Tableau 3: déroulement de l'émission radio « Mossoro »	39
Tableau 4: planification des activités.....	42
Tableau 5: moyens humains et techniques.....	40
Tableau 6: budget.....	41
Tableau 7 : plan de financement.....	41

Annexes

ANNEXES

QUELQUES PHOTOS DU PATRIMOINE CULTUREL CENTRAFRICAIN



Enfants Pygmées *Baaka* en cérémonie de danse (Source UNESCO)



Un groupe de danseurs pygmées Aka – RCA (Source UNESCO)

GUIDE D'ENTRETIEN ADRESSE AU CHEF DE SERVICE DE LA DIRECTION DU PATRIMOINE

I Gestion du patrimoine

- 1.1. En quoi consistent vos responsabilités en matière de gestion du patrimoine?
- 1.2. La direction dispose t-elle d'un programme spécifique relatif à la valorisation du patrimoine ?
- 1.3. Quel est la part du budget allouée à la gestion du patrimoine ?
- 1.4. La direction du patrimoine a envisagé de faire l'inventaire du patrimoine, sur tout le territoire qu'en est-il de ce processus ?
- 1.5. Quelles relations entretenez-vous avec les acteurs et institutions nationaux dans le domaine du patrimoine ?

II Media et patrimoine

- 2.1. Que pensez-vous des émissions diffusées à la radio sur le patrimoine ?
- 2.2. Quels sont leurs impacts sur la valorisation et la sauvegarde ?
- 2.3. Quelles sont vos initiatives en matière de communication pour la valorisation du patrimoine ?

III Contraintes et propositions

- 3.1. Quelles sont les principales difficultés rencontrées dans votre travail ?
- 3.2. Quelles sont vos propositions, en vue de parvenir à une réelle valorisation du patrimoine dans les médias ?

Merci de votre collaboration

GUIDE D'ENTRETIEN ADRESSE AUX RESPONSABLES DES PROGRAMMES DES RADIOS

1. Quelle place occupe les émissions culturelles dans votre programmation?
2. Quels sont les critères du choix de diffusion de ces émissions ?
3. Quels impacts peuvent-elles avoir selon vous sur la population ?
4. Que pouvez-vous dire des contenus des émissions sur le patrimoine ?
5. Souhaitez- vous avoir des programmes meilleurs à diffuser ?
6. Quels sont les moments de grande écoute de votre station ?
7. Quelles relations entretenez- vous avec le ministère et les acteurs du monde culturel ?
8. Quelles sont vos propositions, en vue de parvenir à une valorisation du patrimoine dans les médias ?

Merci de votre collaboration

Répertoire des radios en Centrafrique (C: confessionnel ; G: gouvernement; Co : communautaire)

<i>Nom de la radio</i>	<i>Fréquence</i>	<i>Propriétaire / Lieu</i>	<i>Tél</i>	<i>Directeur</i>	<i>Numéro du directeur</i>	<i>Langues utilisées</i>	<i>Année de création</i>	<i>Capacité de l'émetteur (watts)</i>	<i>Horaire de diffusion</i>	<i>Rayon de couverture (Km)</i>
Be Oko (C)	103.5 FM	Diocèse de Bambari	70 17 34 49	Abbé Barthélémy BALEMANGA	75 75 83 00	Français Sango Banda	2004	1000	17h - 21h	113
Centrafrique (G)	106.9	Gouvernement centrafricain Bangui	21 61 25 88 75 05 62 30	David BANGA	77 89 83 33 75 29 28 07	Français Sango	1958	1000	24h/24	210
ESCA, voix de la Grâce (C)	89.5 FM	Bangui	21 61 68 38	Boniface BANGA	75 03 80 86	Français Sango	2001	250 et 500	5h - 11h 15h - 20h	65
ICDI (I)	6030 SW	International Community Development Integrated (ICDI) Boali	70 17 34 42	Jim HOCKING	75 20 43 67	Sango Français Foulbé Bayaka	2007	1000	5h45 - 12h 15h45 - 22h	200
Kaga (Co)	100.5 FM	Khaga Bandoro	N/D	Fiacre DOUNIA	75 89 44 87	Français Sango	2012	500	19h - 21h	95
Kudilinga (Co)	98.00 FM	Nola	70 17 34 37	Mariette MOWZ	75 75 33 82	Français Sango	2003	250	17 h - 22h	60
Linga Bangui (Co)	96.6 FM	Bangui	70 17 34 50	Vincent MAMBASHAKA	75 00 05 79	Français Sango	2009	500	6h - 22h	95

Linga Bambari (Co)	92.5 FM	Bambari	70 17 34 48	Nono Jocelyn AZOUANDJA	75 10 73 42	Français Sango	1995	250	18h - 21h	45
Maïgaro (Co)	108 FM	Association des membres de la radio Maïgaro (AMRAM) Bouar	70 17 34 39	Théophile KPARAFIO	70 08 30 86	Français Sango Gbaya Foulbé	1994	250	17h - 21h	182
Maria Be Africa (C)	103.4 FM	Diocèse Bossangoa	70 17 64 41	Abbé Joseph TOMBO	70 01 51 22	Français Sango	2007	1000	7h – 10h 16 h - 19h	60
Ndeke-Luka (I)	100.9	Fondation Hirondelle Bangui	21 61 06 52 72 29 52 52	Sylvie PANIKA	75 50 56 54	Français Sango	2000	500	24h/24	100
Néhémie (C)	104.4 FM	Ambassade chrétienne Bangui	21 61 58 67	Josué BINOUA	75 04 13 89	Sango Français	2001	500	5h45 - 22h	200
Notre-Dame (C) (Co)	103.3 FM	Archidiocèse de Bangui	70 17 4 50	Abbé Martial DEMELE	75 06 49 50	Français Sango	1995	250	5h30 - 22h 5h30 - 20h Dimanche	200
Pendé (Co)	106.2 FM	Paoua (émissions temporairement suspendues)	N/D	Louise NDEKASSE M	N/D	Français Sango	2010	250	18h - 20h	75
Siriri (C)	103.6 FM	Diocèse de Bouar	70 17 34 40	Toussaint ZOUMALDE	75 02 98 68	Français Sango	1995	500	17h - 21 h	160
Songo (C)	92.2 FM	Diocèse de Mbaïki	70 17 34 82	Abbé Maxime MOZANGA	70 99 97 79	Français Sango	2003	1000	17h30-19h30	100

Télévision Scolaire (G)	105.3 FM	Université de Bangui	N/D	Samuel FEIZOUNAM	75 04 31 76	Français Sango	2011	500	6h - 15h	30
Tropic FM (I)	92.5 FM	Alfred Tainga POLOK O	72 50 11 03	Anémone GUERET	72 50 11 03	Français Sango	2005	300	24h/24	100
Voix de Barangbaké (Co)	100.1 FM	Bria	N/D	Artem Hermas NGOUGNOLA	75 29 82 32	Français Sango	2012	300	17h - 19h	60
Voix de la paix (C)	102.5 FM	Association des musulmans en Afrique (AMA) Bangui	77 90 20 11 77 90 20 09	Aboubakar Sallé EDOUANGAMOKO	77 90 20 09 75 63 20 23	Français Sango	2007	1000	6h55 - 20h	100
Zéréda (Co)	100.6 FM	Association Zéréda Obo	72 75 72 95	Ricardo DIMANCHE	72 75 72 95	Sango Zandé Achioli Français	2008	250	17h30 - 21h	25
Zoukpana (Co)	105.9 FM	Association des membres de la Radio Zoukpana Berberati	70 17 34 38	Abbé Philbert POGHOLA	75 04 13 89	Français Sango Gbayá	1993	250	7h30 - 10h30 17h - 21h	25